



**IMPLEMENTASI PROGRAM PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA DI
MANDALIKA NUSA TENGGARA BARAT**

*IMPLEMENTATION OF THE TOURISM MARKETING DEVELOPMENT PROGRAM IN
MANDALIKA NUSA TENGGARA BARAT*

Oleh

Sevia Tri Rahayu, Ari Subowo, Tri Yuniningsih

Trirahayusevia7@gmail.com , arisubowo@yahoo.com, triyuningsih26@gmail.com

Departemen Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH., Tembalang, Kota Semarang, Kode Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This research analyzes the Implementation of the Tourism Marketing Development Program in Mandalika, West Nusa Tenggara. This research is based on the fact that the Super Priority Destination in Mandalika has not yet been appointed, the Key Strategy created by the Ministry of Tourism and Creative Economy is not all going well, tourist attraction is still very lacking, the lack of sensitivity of the Indonesian people towards tourism in Mandalika, West Nusa Tenggara. The aim of this research has two main aspects: how to implement it and the factors that influence its implementation. The research method uses a qualitative approach by collecting data through in-depth interviews and observation. The research results show that the tourism marketing development program in Mandalika has been running according to the strategic plan although there are still several areas that require improvement. Suggestions for improving the problems faced by target groups that are not yet good, the ability of beneficiaries to manage program output and the availability of budget resources in program implementation, namely by increasing training and mentoring for beneficiaries, increasing cooperation between stakeholders, and increasing the use of information technology in marketing tourist.

Keywords: Implementation, Development Program, Tourism Marketing, Mandalika, West Nusa Tenggara.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sustainable Development Goals (SDGs), juga dikenal sebagai Pembangunan Berkelanjutan dalam bahasa Indonesia, adalah serangkaian tujuan yang ditetapkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) untuk memberikan pedoman bagi semua negara anggota dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Perkembangan industri pariwisata sangat penting bagi semua negara di seluruh dunia. Setiap negara berupaya untuk meningkatkan bisnis pariwisatanya karena potensi pendapatan yang dihasilkan dari sektor ini sangat menjanjikan dalam skala yang signifikan. Menurut Kemenparekraf RI, Jika membicarakan pariwisata Indonesia, Bali tetap menjadi destinasi pilihan. Destinasi yang dikenal dengan Lima Destinasi Super Prioritas (5 DSP) ini diidentifikasi berpotensi meningkatkan perekonomian pariwisata Indonesia secara signifikan pada tahun-tahun mendatang. Kelima Kawasan Strategis Pariwisata. Destinasi tersebut ialah Labuan Bajo, Likupang, Borobudur, Danau Toba dan Mandalika, Mandalika ditunjuk sebagai salah satu tempat tersedianya event World Superbike 2023. Dan semenjak saat itu, nama Mandalika kembali diangkat dan menjadi salah satu tujuan wisata terbaik untuk wisatawan.

KEY STRATEGY	GAP MENUJU QUALITY TOURISM	PRIORITAS STRATEGI
AKSES	Kapasitas & kualitas aksesibilitas menuju Kawasan Mandalika dan sekitarnya masih perlu ditingkatkan	Mempercepat pengembangan dan peningkatan aksesibilitas menuju Kawasan Mandalika dan sekitarnya, pelebaran jalan Lembar – Glimas dan peningkatan frekuensi penerbangan serta seat capacity dari/ke Bandara Internasional Lombok.
ATRAKSI	<ul style="list-style-type: none"> Variasi atraksi wisata yg masih terbatas untuk meningkatkan <i>length of stay</i> & <i>spending</i> serta <i>repeater guest</i>. Integrasi antar daya Tarik wisata yg ada di Mandalika dengan wilayah sekitarnya belum optimal. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversifikasi atraksi wisata & budaya serta pengembangan atraksi disekitar kawasan, a. MICE, diving, snorkeling, atraksi budaya dan desa wisata. Penyusunan paket wisata yang terintegrasi dan tematik, untuk memperkuat <i>unique experience</i> dan pengalaman bernilai tambah bagi wisatawan.
AMENITAS	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah akomodasi dan restaurant yang berstandar internasional masih relative terbatas. Utilitas pendukung, baik pengolahan sampah, air bersih maupun lahan terbuka hijau yg masih terbatas. 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitasi investasi untuk pengembangan akomodasi maupun restoran yang berstandar internasional, berkolaborasi dengan BPM. Mempercepat pembangunan dan penyelesaian berbagai utilitas yang akan maupun yang masih dalam pembangunan.
PROMOSI	Promosi pariwisata masih belum optimal.	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan promosi pariwisata dengan juga menyoasar segmen wisata bahari dan MICE, serta mengoptimalkan promosi <i>calendar of events</i>. Percepatan penyusunan paket wisata yang terintegrasi & implementasi kerjasama promosi dg berbagai pelaku usaha pariwisata termasuk melalui skema <i>Jointing</i> antara tiket pesawat, akomodasi dan wisata Mandalika, serta mengoptimalkan digital platform dan peran <i>influencer</i>/pengikat media social.
PELAKU	Terbatasnya ketersediaan SDM berkualitas	<ul style="list-style-type: none"> Facilitasi sertifikasi kepariwisataan, termasuk sinergi dengan Poltekpar Lombok untuk peningkatan pelatihan dan pembinaan

Gambar Prioritas Pengembangan

Mandalika

Sumber: Data yang diberikan oleh Kepala Bidang Investasi Destinasi Pariwisata Prioritas, Kemenparekraf)

Dari data diatas dapat kita simpulkan ada 5 *Key Strategy* yang dibuat oleh Kemenparekraf yaitu Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas, Promosi, & Pelaku dalam prioritas pengembangan Mandalika. Adapun fakta-fakta menarik di sirkuit Mandalika yakni Menghadap langsung ke Samudera Hindia dengan luas area sekitar 1.035,67 hektar menjadikan Mandalika, Nusa Tenggara Barat (NTB) sebagai salah satu destinasi pariwisata dan ekonomi kreatif yang sangat potensial. Apalagi dengan adanya sirkuit Mandalika yang bertaraf internasional, menjadi nilai tambah kawasan ini. Tak hanya memberi sensasi tontonan beradrenalin tinggi saja, sirkuit Mandalika juga menyajikan pemandangan indah yang langsung mengarah pada perbukitan dan kawasan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)

Mandalika didirikan di wilayah selatan Pulau Lombok sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 52 Tahun 2014, dengan tujuan khusus untuk dikembangkan menjadi KEK Pariwisata. Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika seluas 1.035,67 hektare yang terletak di sepanjang Samudera Hindia diharapkan mampu mendongkrak industri pariwisata Provinsi NTB (Nusa Tenggara Barat) yang memiliki potensi besar. KEK Mandalika memberikan peluang wisata bahari termasuk pantai yang mempesona dan atraksi bawah laut yang menawan. Nama "Mandalika" berasal dari tokoh mitologi bernama Putri Mandalika, yang terkenal karena fitur wajahnya yang indah. Setiap tahunnya, penduduk Lombok Tengah berpartisipasi dalam upacara Bau Nyale, sebuah praktik tradisional yang bertujuan untuk menemukan cacing laut yang konon merupakan perwujudan semangat Putri Mandalika. Festival ini merupakan acara budaya khas yang menarik pengunjung lokal dan internasional.



Gambar Grafik Kunjungan Wisatawan Lombok Tengah 2018-2022

Sumber: MAPS Mandalika Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Implementasi Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat

Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat akan melaksanakan program-program yang dituangkan dalam kebijakan yang telah ditetapkan untuk masa jabatan 2019-2024. Program-program ini meliputi:

1. Kegiatan Analisa Pasar untuk Promosi dan Pemasaran Objek Pariwisata
2. Kegiatan Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran Pariwisata
3. Kegiatan Pelaksanaan Promosi Pariwisata Nusantara di Dalam dan Luar Negeri
4. Kegiatan Pelaksanaan pesona kesenian daerah
5. Kegiatan Pelaksanaan Atraksi Pesona Budaya
6. Kegiatan Pelaksanaan event sejarah budaya daerah

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Belum terangkatnya Destinasi Super Prioritas di Indonesia
- b. *Key Strategy* (Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas, Promosi dan Pelaku) yang dibuat oleh Kemenparekraf belum semuanya berjalan baik di Mandalika.
- c. Daya tarik wisata untuk ke Mandalika Nusa Tenggara Barat masih sangat kurang
- d. Kurangnya pengelolaan pariwisata di Kawasan Mandalika dalam Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten

Lombok Barat 2019-2024 melalui 6 Kegiatan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

- e. Kurangnya kepekaan masyarakat Indonesia terhadap pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana implementasi Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat?
- b. Faktor- faktor apa yang mempengaruhi pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu menjawab rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan yang telah disebutkan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis implementasi program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika yang terletak di Nusa Tenggara Barat.
- b. Untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi pelaksanaan implementasi program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika yang terletak di Nusa Tenggara Barat.

D. Kajian Teori

1. Administrasi Publik

Harbani Pasolong (2010:8) mendefinisikan administrasi publik sebagai

upaya kolaboratif individu atau organisasi untuk memenuhi tanggung jawab pemerintah dan secara efisien memenuhi kebutuhan publik. Sebagaimana dikemukakan Nicholas dalam Harbani Pasolong (2010:8), Administrasi publik adalah disiplin multifaset yang menggabungkan pengetahuan teoritis dan aplikasi praktis untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana pemerintah berinteraksi dengan peraturan masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tanggap kebijakan publik untuk memenuhi tuntutan masyarakat. Administrasi publik, sebagaimana didefinisikan oleh Chandler dan Plano dalam Keban (2008: 4), mengacu pada organisasi sistematis dan koordinasi sumber daya publik dan masyarakat untuk mengembangkan, melaksanakan, dan mengawasi pilihan-pilihan yang berkaitan dengan kebijakan publik. Menurut Keban (2008), Administrasi Publik mengacu pada peran pemerintah sebagai agen atau regulator yang kuat.

2. Kebijakan Publik

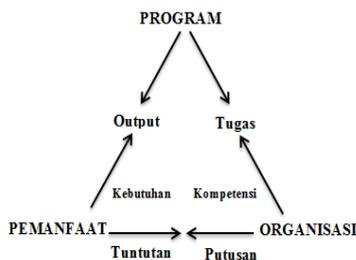
Menurut Woll yang dikutip Tangkilisan (2003:2), kebijakan publik adalah mengacu pada serangkaian tindakan pemerintah yang ditujukan untuk mengatasi masalah-masalah kemasyarakatan, baik melalui intervensi langsung atau dengan menggunakan berbagai lembaga yang berdampak pada kehidupan masyarakat.

Islamy (2009: 17), mengutip James E. Anderson sebagai teks sumbernya, menegaskan

bahwa kebijakan merujuk pada “suatu tindakan yang ditujukan untuk diikuti oleh seorang aktor atau sekelompok aktor dalam mengatasi suatu isu atau persoalan yang menjadi perhatian.” Ini melibatkan serangkaian tindakan terarah yang dilakukan oleh individu atau kolektif dengan tujuan menyelesaikan masalah tertentu. Sejalan dengan definisi yang diberikan oleh para ahli, kebijakan publik dapat dipahami sebagai: “Serangkaian pilihan kebijakan yang dilakukan secara sengaja oleh individu atau suatu entitas kolektif dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu masyarakat.”

3. Implementasi Program

David C. Korten (1988) mengajukan paradigma alternatif pelaksanaan program. Taktik ini menggunakan pendekatan proses pembelajaran di samping metode lainnya sering disebut dengan model pelaksanaan program selaras. Model kesesuaian yang diusulkan oleh Korten dapat didefinisikan sebagai:



Gambar Model Kesesuaian Implementasi Program

Sumber: Dwi Noerbella (Vol. 8 No. 2, April 2022)

Korten mengilustrasikan paradigma ini dengan memberikan prioritas kepada tiga elemen dalam

pelaksanaan program: program itu sendiri, audiens sarannya, dan pelaksanaan aktual program tersebut.

Korten mengatakan, efektivitas pelaksanaan suatu program bergantung pada keselarasan ketiga aspek penyusun pelaksanaan program. Kebutuhan pertama adalah kesesuaian yang harmonis antara program dan penggunaannya, yaitu kesesuaian antara penawaran program dengan kebutuhan kelompok sasaran (penerima manfaat). Selain itu, Kesesuaian program dengan organisasi pelaksana yaitu memastikan bahwa tugas yang dilaksanakan oleh program tersebut sesuai dengan kemampuan perusahaan yang melakukan pelaksanaannya. Ketiga, harus ada kesesuaian organisasi pelaksana dengan kelompok sasaran program, sebagaimana dikemukakan oleh Haedar Akib dan Antronijs Taringan (2000: 12).

4. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Program

Penciptaan prosedur kerja yang jelas sangat penting untuk memastikan program berjalan lancar sesuai jadwalnya, tanpa terjadi konflik dengan program lainnya. Pendapat Gordon Chase (1979) menyatakan bahwa tantangan utama dalam implementasi program dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Permasalahan yang muncul karena persyaratan operasional yang melekat pada program.
2. Kendala terkait sumber daya yang

dibutuhkan untuk menjalankan program.

3. Tantangan tambahan yang timbul dari interaksi dengan organisasi atau birokrasi eksternal, yang memerlukan dukungan, bantuan, dan persetujuan untuk pelaksanaan program.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini yakni penelitian deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penentuan informan dilakukan dengan Teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan, dimana informan yang dipilih merupakan informan yang terlibat mulai dari penyelenggara hingga sasaran yang berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, dan ITDC (*Indonesian Tourism Development Corporation*) di Mandalika Nusa Tenggara Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keseuaian antara program dan penerima manfaatnya

a.) Permasalahan yang dihadapi oleh demografi tertentu

Dari hasil peneliti perhatian pemerintah sudah meningkatkan infrastruktur seperti jalan, transportasi, dan fasilitas publik, memastikan peningkatan lapangan kerja, mengelola pertumbuhan pariwisata dengan

memperhatikan pelestarian lingkungan dan penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan, memastikan keamanan dan keselamatan bagi wisatawan dan masyarakat setempat, mempromosikan pengembangan wisata berkelanjutan dengan berfokus pada faktor budaya, sosial dan lingkungan yang artinya permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran belum teratasi dengan baik.

b.) Pemahaman pelaksana terhadap tujuan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika

Dari analisis peneliti, Pemerintah pusat sudah memberikan tugas dan kewenangannya sebagai para implementator untuk menjalankan program ini, artinya pemahaman implementator tentang tujuan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika juga sudah berjalan dengan baik.

c.) Pengembangan destinasi wisata sebagai potensi daerah

Tentunya hal pengembangan destinasi wisata sebagai potensi daerah ini sudah berjalan dengan baik dan terus ditingkatkan dengan baik karena adanya bantuan dari Pemerintah pusat, investor, implementator dan Kerjasama masyarakat setempat

d.) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Dalam implementasinya peneliti mengatakan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Mandalika sudah baik, dikarenakan meningkatnya ekonomi dengan adanya KEK Mandalika. Walaupun tidak semua masyarakat paham untuk memanfaatkan KEK Mandalika sebagai potensi daerah dengan membangun cafe, homestay, agensi travel ataupun industri kreatif. Meskipun banyak program pemberdayaan masyarakat tapi tidak semua masyarakat menerapkan hal itu, justru cafe, homestay, ataupun industri kreatif dibangun oleh warga negara asing.

2. Kesesuaian program dengan organisasi pelaksana

a) Pemahaman pelaksana terhadap tugas yang diamanatkan program.

Dalam analisisnya, peneliti menemukan bahwa setiap jabatan dalam struktur organisasi Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat telah dijelaskan dengan rinci di situs web mereka. Mulai dari Kepala Dinas, sekretaris, hingga bagian-bagian yang bertanggung jawab atas program dan pelaporan, keuangan, umum dan kepegawaian, pemasaran pariwisata, analisis pasar, promosi pariwisata, kerjasama pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, produk dan atraksi wisata, usaha

pariwisata, pengembangan infrastruktur pariwisata, kelembagaan pariwisata, pendidikan dan pelatihan tenaga pariwisata, bimbingan masyarakat pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif, perluasan pasar produk kreatif, koordinasi pengembangan ruang dan sumber daya manusia pariwisata, serta koordinasi usaha kreatif.

b) Pemahaman terhadap tugas pokok dan kewenangan pelaksana.

Sama halnya dengan pemahaman pelaksana terhadap tugas-tugas yang diperlukan program, pemahaman terhadap tugas pokok, dan kewenangan sebagai pelaksana juga sudah berjalan dengan baik karena memiliki tugas dan kewenangannya sendiri untuk itu diperlukan kolaborasi diantara masing-masing implementator.

c) Kemahiran organisasi pelaksana dalam melaksanakan program.

Kompetensi dan tanggung jawab utama organisasi pelaksana selaras dengan tugas yang disyaratkan itu sudah jelas, karena masing-masing implementator mempunyai kedudukannya sendiri.

3. Kesesuaian antara kelompok penerima dengan organisasi pelaksana

a) Pemahaman terhadap luaran program

Kemendikbud juga melakukan hal serupa sebagai bentuk dari keluaran program yaitu dengan branding Mandalika melalui event, budaya, wisata alam dan lain sebagainya. Selain hasil dari program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat yang mencakup promosi dan pemasaran kawasan pariwisata secara digital, karena adanya tren Tourism 4.0 yang mengikuti kemajuan teknologi, menciptakan pengalaman yang lebih efisien, sehat, aman, dan mengurangi biaya bagi para wisatawan. Dari pembahasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa pemahaman tentang hasil program telah teratasi dengan baik.

b) Mengaktifkan masyarakat sebagai penerima

Dalam implementasinya pemberdayaan masyarakat sebagai penerima manfaat dapat memperkuat identitas budaya, melestarikan lingkungan alam, dan memastikan bahwa mereka memiliki peran yang aktif dalam pengambilan keputusan terkait pembangunan pariwisata di daerah mereka, bertujuan untuk mendukung dan meningkatkan pertumbuhan usaha kecil dan menengah dalam industri pariwisata, seperti homestay, warung makan, toko souvenir, dan jasa tur lokal, mendorong

pengembangan produk wisata lokal berbasis kearifan lokal dan budaya masyarakat Mandalika, seperti festival budaya, kerajinan tangan, dan kuliner tradisional, melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan konservasi sumber daya alam di kawasan Mandalika, seperti pantai, hutan, dan taman laut, dengan memberikan pendidikan dan insentif untuk praktik-praktik yang berkelanjutan, memberikan pelatihan dan bimbingan kepada pemimpin lokal dan tokoh masyarakat untuk memperkuat kapasitas mereka dalam memimpin dan mengelola inisiatif pemberdayaan masyarakat yang artinya implementasi ini sudah berjalan dengan baik dan benar.

c) Kapasitas penerima manfaat dalam mengawasi keluaran program

Dalam implementasinya, penerima manfaat untuk mengelola keluaran program masih belum baik karena tidak sedikit pula masyarakat Mandalika yang masih harus belajar mengenai digitalisasi program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat artinya pemerintah harus memiliki kebijakan yang tepat untuk menangannya.

1. Masalah yang berkaitan dengan fungsi dan pelaksanaan tugas.

a) Adanya petunjuk teknis pelaksanaan

Terdapat pedoman teknis dalam pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat itu artinya kegiatan ini berjalan sesuai dengan pedoman teknis yang telah disediakan.

b) Adanya kejelasan batas waktu pelaksanaan program

Dalam implementasinya kejelasan struktur tim pelaksana program sudah berjalan dengan baik dengan koordinasi dari implementator yang lain agar berjalannya program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat.

c) Program beroperasi sesuai dengan petunjuk teknis yang telah disusun.

Program beroperasi sesuai dengan petunjuk teknis yang telah disiapkan juga berjalan dengan baik karena setiap pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata melaksanakan beberapa tindakan sesuai dengan tujuannya sebagai petunjuk teknis yang telah disusun.

2. Masalah sumber daya

a.) Adanya sumber pembiayaan pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Alokasi anggaran yang terbatas. Atas dasar tersebut saat ini program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat

memerlukan sumber pendanaan lain. Sumber alokasi anggaran masih kurang baik dan masih menjadi faktor terbesar dalam implementasi program pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat.

b.) Adanya sumber daya manusia dalam pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Dari hasil analisis peneliti, SDM yang dipergunakan untuk melaksanakan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika merupakan SDM yang berkualitas dari segi riwayat Pendidikan dan pengalaman.

c.) Kemahiran sumber daya manusia dalam melaksanakan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Dari hasil analisis peneliti, Aktor- aktor yang terlibat tersebut telah menjalankan tugas sesuai dengan kompetensi dan kewenangan yang dimiliki oleh masing-masing aktor tersebut. Sehingga dalam hal ini kompetensi sumber daya manusia dalam keberjalanan pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat juga sudah berjalan dengan baik.

3. Permasalahan yang berkaitan dengan organisasi eksternal atau sistem birokrasi.

a) Kolaborasi antar kelompok kepentingan dalam pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Dalam implementasinya, dengan adanya perbedaan persepsi jawaban tersebut membuktikan bahwa koordinasi antar kelompok kepentingan dalam pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat sudah berjalan baik, masing-masing stakeholders memiliki koordinasi yang baik untuk kerjasama yang baik pula.

b) Dukungan pemerintah terhadap pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Pemerintah juga melakukan berbagai upaya, kerjasama, event kepariwisataan dan pengembangan pemasaran pariwisata di Destinasi Super Prioritas yang ada di Indonesia khususnya Mandalika yang membuat dukungan dari pemerintah terhadap pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat juga sudah berjalan dengan baik.

c) Dukungan dari demografi tertentu untuk pelaksanaan Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Hal ini dapat disimpulkan dukungan dari kelompok sasaran yaitu wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara terhadap pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat sudah mendapatkan respon baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu Implementasi Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat sudah berjalan dengan baik yang ditinjau dari aspek kesesuaian, (1) kesesuaian program dengan kelompok sasaran, kesesuaian program dengan kelompok sasaran sudah sesuai meskipun ada terkendala pada permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran yang belum baik, namun hal ini dibantu dengan pemahaman implementator tentang tujuan program melalui 6 kegiatan berdasarkan rencana strategis dinas pariwisata kabupaten lombok barat tahun 2019-2024 yang berkolaborasi dengan beberapa *stakeholders*, pengembangan destinasi wisata sebagai potensi daerah dengan pengembangan fasilitas pariwisata seperti restoran, *homestay*, toko sovenir, pusat pemberlanjaan, dan tempat hiburan yang dikembangkan melalui digitalisasi sosial media seperti Website, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, E-Bulletin, ataupun melalui *podcast*, Selanjutnya peningkatan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan

peningkatan lapangan kerja, pengembangan usaha kecil dan menengah, peningkatan pendapatan, peningkatan infrastruktur, dan aksesibilitas, serta pemberdayaan komunitas lokal. (2) Pada fenomena selanjutnya terkait kesesuaian program dengan organisasi pelaksana, pemahaman implementator tentang tugas yang dibutuhkan program, tugas yang dibagi melalui riset dan analisis, pengembangan branding dan identitas, pemasaran digital, promosi dan event, kerjasama dan kemitraan, pelatihan dan pengembangan SDM, yang terkuat di dalam website Dinas Pariwisata terkait tugas dan fungsi Dinas Pariwisata NTB Kompetensi organisasi pelaksana dalam melaksanakan program juga sudah sesuai artinya stakeholders atau kelompok kepentingan saling berlomba-lomba untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik. (3) Pada fenomena yang terakhir yaitu terkait kesesuaian organisasi pelaksana dengan kelompok sasaran yang telah sesuai, dilihat dari pemahaman mengenai keluaran program (branding outdoor, instansi melalui pemerintah, media sosial, pemasaran produk dengan promosi berbasis tema pariwisata dalam negeri, koordinasi dan sinkronisasi oleh BPPD dan lain sebagainya) pemberdayaan masyarakat sebagai penerima manfaat juga sudah sesuai dilihat dari bentuk pemberdayaan masyarakat dengan pengembangan UKM, dan pengembangan produk wisata lokal. Namun jika dilihat dari kemampuan penerima manfaat untuk mengelola keluaran program masih belum sesuai karena masyarakat Mandalika masih belum paham

terkait digitalisasi program pengembangan pemasaran potensi daerahnya sendiri.

Faktor-faktor implementasi yakni terkait masalah sumberdaya, operasional dan birokrasi. Masalah operasional sendiri sudah sesuai dilihat dari ketersediaan pedoman teknis pelaksanaan, kejelasan struktur tim pelaksana, program berjalan sesuai dengan petunjuk teknis yang telah disusun. Sedangkan dalam masalah sumberdaya masih belum sesuai karena masih terkendala dalam ketersediaan sumber dana dalam pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika walaupun pada gejala yang lain seperti ketersediaan sumber daya manusia, serta kompetensi sumber daya manusia dalam pelaksanaan program sudah sesuai. Masalah yang terakhir yakni terkait masalah birokrasi/ organisasi lainnya yang telah sesuai dilihat dari semua gejala yakni koordinasi antar kelompok kepentingan, dukungan dari pemerintah, serta dukungan dari kelompok sasaran terhadap pelaksanaan program yang sudah berjalan sesuai. Adapun faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi pelaksanaan Implementasi Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat yaitu :

Faktor Pendukung :

1. Tersedianya pedoman teknis yang komprehensif
2. Kejelasan struktur tim pelaksana program
3. Memastikan program berjalan sesuai dengan petunjuk teknis yang diberikan
4. Ketersediaan sumberdaya manusia dalam

- pelaksanaan program
5. Kompetensi sumberdaya manusia dalam pelaksanaan program
 6. Kolaborasi yang efektif antar kelompok kepentingan
 7. Dukungan pemerintah terhadap pelaksanaan program
 8. Dukungan dari kelompok sasaran sangat penting untuk keberhasilan implementasi program.

Faktor Penghambat:

1. Pemasalahan yang dihadapi kelompok sasaran
2. Kemampuan penerima manfaat untuk mengelola keluaran program
3. Ketersediaan sumber dana dalam pelaksanaan program

Secara garis besar, implementasi program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat sudah berjalan sesuai hanya saja perlu ditingkatkan atau diperbaiki pemasalahan yang dihadapi kelompok sasaran, kemampuan penerima manfaat untuk mengelola keluaran program serta ketersediaan sumber dana dalam pelaksanaan program.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, ada beberapa saran yang diajukan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Pemasalahan yang dihadapi kelompok sasaran yang belum baik adalah terkait dengan *Key Strategy* (Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas,

Promosi dan Pelaku) yang dibuat oleh Kemenparekraf belum semuanya berjalan di Mandalika. Dalam hal ini Pemerintah daerah dapat melakukan menerapkan langkah-langkah strategis dan kolaboratif seperti membangun kemitraan yang kuat antara pemerintah daerah lainnya, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat lokal dalam pengembangan dan promosi pariwisata Mandalika dengan prioritas strategi seperti mempercepat pengembangan dan peningkatan aksesibilitas menuju Kawasan Mandalika, peningkatan frekuensi penerbangan serta seat capacity dari/ke Bandara Internasional Lombok, penyusunan paket wisata yang terintegrasi dan tematik, fasilitasi investasi untuk pengembangan akomodasi maupun restoran yang berstandar internasional, mengoptimalkan *calendar of events*, fasilitasi sertifikasi kepariwisataan termasuk sinergi dengan poltekpar Lombok untuk peningkatan pelatihan dan pembinaan. Kolaborasi ini dapat menciptakan sinergi yang positif dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang pariwisata untuk mengatasi kesulitan-kesulitan ini dan mendorong pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif di Mandalika.

2. Kemampuan penerima manfaat untuk mengelola keluaran program masih belum berjalan dengan baik, penerima manfaat yang dimaksud disini adalah wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan Masyarakat lokal. Tidak sedikit pula masyarakat Mandalika yang masih harus belajar mengenai aktivitas untuk mendukung digitalisasi Kawasan pariwisata

yaitu digitalisasi kamar homestay, kamar hotel, system tiket pada venue, bisnis UMKM, serta digitalisasi travel agent program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat artinya pemerintah harus bisa memfasilitasi online Masyarakat dengan mengadakan pelatihan dan *workshop* secara berkala tidak hanya untuk masyarakat lokal, tetapi juga untuk pelaku pariwisata, dan pengusaha terkait tentang penggunaan teknologi digital dalam pemasaran pariwisata., bimbingan teknologi pengelolaan homestay dan pelatihan desa wisata serta uji kompetensi SDM pariwisata di wilayah Mandalika. Dengan hal ini tentunya pemahaman mengenai keluaran program dapat teratasi dengan baik.

3. Ketersediaan sumber anggaran dalam pelaksanaan program, Dimana anggaran menjadi salah satu faktor utama yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat. Alokasi anggaran yang terbatas berdasarkan jumlahnya. Atas dasar tersebut saat ini program pengembangan pemasaran pariwisata di Mandalika Nusa Tenggara Barat memerlukan sumber pendanaan lain. Dalam hal ini, Pemerintah bisa melakukan kolaborasi dengan sektor swasta dalam mendukung dan membiayai program pemasaran pariwisata. Dengan melakukan kemitraan dengan perusahaan-perusahaan lokal mau pun asing untuk mendapatkan sponsor pendanaan berupa investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Setiawan, Danang . *Implementasi Program Pemasaran Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Pantai Pulau Merah*. 2016.
- Budianto, P., Dr. Ir. Edi Susilo, M. S., & Erlinda Indrayani, S. P. (2012, November 12). Implementasi Pengembangan Pariwisata Di Pulau-Pulau Kecil Terhadap Masyarakat Pesisir Desa Lihunu, Kecamatan Likupang, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Repository.Ub.Ac.Id. <Http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/133053/>
- Dinas Perhubungan Provinsi Nusa Tenggara Barat. KEK The Mandalika. Diakses dari <https://dishub.ntbprov.go.id/kek-the-mandalika/>
- Diyah Sri Widari, D. A. (2023). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoretis Dan Empiris. Google.Com <Https://Www.Google.Com/Url?Sa=T&Rct=J&Q=&Esrc=S&Source=Web&Cd=&Ved=2ahukewjpwgogo-Acaxvuztgghrakaho4chawegqiahab&Url=Https%3a%2f%2fjurnal.Akpar-Denpasar.Ac.Id%2findex.Php%2fdiparojis%2farticle%2fdownload%2f12%2f21&Usg=Aovvaw2x2usw81yyjvm-Wrghmvy8&Opi=89978449>

- Gaffar Rahman, A., & Hidayati, N. (2023). Implementasi Kebijakan Pengembangan Ekowisata Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah (Studi Pada Destinasi Wisata Gombongsari Kabupaten Banyuwangi) Authors. Jiap : Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 9(2). <https://doi.org/10.21776/Ub.Jiap/2023.09.02.1>
- Jupir, M. M. (2013). Implementasi Kebijakan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal (Studi Di Kabupaten Manggarai Barat). *Journal Of Indonesian Tourism And Development Studies*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jitode.2013.001.01.05>
- Moenir, Haiyyu Darman, et al. “Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) Dalam Pengembangan Pariwisata Sumatra Barat.” *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisataaan Indonesia*, vol. 15, no. 1, 17 July 2021, pp. 49–63, <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.49-63>. Accessed 20 Jan. 2022.
- Munir, Usman, et al. “Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Pulau Lombok.” *Yustisia Merdeka : Jurnal Ilmiah Hukum*, vol. 4, no. 2, 2018, yustisia.unmermadiun.ac.id/index.php/yustisia/article/view/13, <https://doi.org/10.33319/yume.v4i2.13>.
- Putri, S. M., Deliarnoor, N. A., & Nurasa, H. (2020). Implementasi Kebijakan Provinsi Jawa Barat Tentang Pengembangan Kawasan Geopark (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Sukabumi Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Geopark Ciletuh 2019). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 171–187. <https://doi.org/10.25157/Moderat.V6i1.3254>
- Qodriyatun, S. N. (2019). Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Karimunjawa. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(2), 240–259. <https://doi.org/10.46807/Aspirasi.V9i2.1110>