
STRATEGI PEMULIHAN PRODUK DAN JASA PARIWISATA DI PANTAI PANDANAN DESA MALAKA KABUPATEN LOMBOK UTARA

Oleh

Hariyadi Seprianta¹, Lalu Masyhudi², Putrawan Habibi³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : hariyadi@gmail.com, laloemipa@gmail.com & ecofarmlombok@gmail.com

Article History:

Received: 02-06-2022

Revised: 17-06-2022

Accepted: 25-07-2022

Keywords:

Strategi Pemulihan Produk
Dan Jasa Pariwisata.

Abstract: *Penyebaran Covid-19 berdampak pada wisata pantai Pandanan, sehingga terjadi penurunan tingkat kunjungan yang bergerak di bidang produk dan jasa pariwisata meskipun Dinas Pariwisata NTB mencatat kunjungan sebelum pandemi 2019 tidak kurang dari 2,7 juta wisatawan.*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi masalah produk dan jasa di Pantai Pandanan Desa Malaka dan untuk mengetahui strategi pemuliaan produk dan jasa di Pantai Pandanan Desa Malaka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisata pantai pandanan memiliki produk dan jasa wisata berupa konservasi taman terumbu karang, usaha kecil menengah berupa warung ikan di pinggir pantai, jasa transportasi ke tiga gili, banana boat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah ada strategi yang dapat dilakukan untuk mengembalikan produk dan layanan di Pantai Pandanan dengan meningkatkan promosi pariwisata secara intensif dengan pelaku pariwisata dan meningkatkan fasilitas sesuai protokol kesehatan.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi ekonomi kerakyatan yang perlu dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Lombok menjadi pulau dengan tujuan terbaik dimana didalamnya terdapat tiga Gili (Trawangan, Meno, Air), dinas pariwisata NTB mencatat tingkat kunjungan wisatawan wisnus maupun wisman sejak Januari sampai Agustus tahun 2019 tidak kurang dari 2,7 juta wisatawan. Namun ditengah perjuangan menghidupkan kembali pariwisata NTB setelah gempa bumi yang melanda, Pariwisata di NTB kembali diuji dengan adanya pandemi COVID-19 Negara kita mencatat 34 provinsi telah terpapar tidak terkecuali Nusa Tenggara Barat salah satunya ialah pantai pandanan (Data Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, 30 Mei 2020).

Pantai Pandanan terletak di Desa malaka Kabupaten Lombok Utara, berbatasan

antara Kabupaten Lombok Utara dengan Kabupaten Lombok Barat. Pantai Pandanan memiliki sumber daya masyarakat yang cukup mendukung dalam bidang kemajuan pariwisatanya maupun dukungan dari kelembagaan setempat seperti Dinas Pariwisata Lombok Utara, kepala desa, dan masyarakat yang terlibat langsung melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdariwis) tak hanya itu pantai pandanan memiliki potensi wisata yang cukup indah dan memiliki pariwisata bahari yang cukup terkenal seperti konservasi karang, ombak surfing khusus pemula, olahraga banana boat dan wisata kuliner lapak-lapak pinggir pantai dengan gaya bangunan menggunakan gazebo sesuai khas masyarakat terdahulu.

Penyebaran Covid-19 yang melanda dunia ditahun 2020 menyebar ke banyak kota di Indonesia dan di golongkan sebagai bencana sosial sehingga pemerintah menerapkan berbagai kebijakan dalam upaya menanggulangi penyebaran covid-19 agar tidak meluas dan menginfeksi banyak masyarakat. Salah satu kebijakan yang berdampak langsung kepada sektor pariwisata yaitu adanya surat edaran pemerintah Kota Mataram tentang himbauan untuk sementara tidak melaksanakan kegiatan operasional jasa usaha pariwisata dalam upaya kewaspadaan terhadap penularan Covid-19.

Pemberhentian kegiatan operasional jasa wisata berdampak langsung kepada kunjungan wisata pantai Pandanan, yang dimana segala jenis aktivitas pariwisata secara tegas dilarang sebagaimana diatur dalam surat Keputusan Menteri Kesehatan sehingga mengakibatkan penurunan jumlah kunjungan yang bergerak di bagian produk dan jasa pariwisata. Dinas Pariwisata (Dispar) NTB mencatat sedikitnya 15.000 pekerja sektor pariwisata yang terdampak pandemi Covid-19. Dengan rincian 6.150 di bidang hotel, 2421 di bidang pokdarwis, 1383 travel/guide, 636 porter, homestay 213, 2241 Ekraf/IKM, 363 Sanggar Seni, 229 Lapak Kuliner, 531 Boatman dan 833 petugas kebersihan, tiket dan pedagang asongan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengambil topik “strategi pemulihan produk dan jasa pariwisata di Pantai Pandanan desa Malaka Kabupaten Lombok Utara.

LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan dalam Strategi Pemulihan produk dan jasa pariwisata di Pantai Pandanan desa Malaka Kabupaten Lombok Utara menggunakan Teori manajemen krisis. Dalam bukunya, Yosol Iriantara, mengatakan “manajemen krisis ialah salah satu bentuk saja dari ketiga bentuk respon manajemen terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal organisasi”.³⁵ G Harison dalam Kriyantono memberikan definisi sebagai berikut:

“A crisis is a critical period following an event that might negatively affect an organization in which decisions have to be made that will affect the bottom line of an organization. It is a time of exploration requiring rapid processing of information and decisive action to attempt to minimize harm to the organization and to make the most of a potentially damaging situation” (Krisis merupakan suatu masa yang kritis berkaitan dengan suatu peristiwa yang kemungkinan pengaruhnya negatif terhadap organisasi. Karena itu, keputusan cepat dan tepat perlu dilakukan agar tidak mempengaruhi keseluruhan operasional organisasi. Pengambilan keputusan pasti memerlukan pemrosesan informasi langkah berani untuk meminimalkan akibat yang

tidak diinginkan. Sebuah krisis cenderung menjadi sebuah situasi yang menghasilkan efek negatif yang mempengaruhi organisasi dan publiknya, produknya, dan reputasinya. Efek negative krisis seperti yang didefinisikan oleh Laurence Barton bahwa kejadian bisa saja menghancurkan organisasi dan karyawan, produk, jasa, kondisi keuangan dan reputasi.

Penyebab timbulnya krisis, Shirivasta dan Mitroff (Ngurah Putra, 1999:90) membagi krisis kedalam empat kategori berdasarkan penyebab krisis yang dikaitkan dengan tempat krisis.⁴³ Pertama, yang terkategori dalam penyebab teknis dan ekonomis. Kedua, yang terkategori sebagai penyebab manusiawi, organisatoris dan sosial. Mereka juga mengategorikan penyebab krisis dilihat dari sudut tempat asal atau kejadian di dalam atau di luar organisasi.

Dengan demikian, penyebab krisis dapat dikategorikan menjadi:

1. Karena kesalahan manusia (human error)
2. Karena kegagalan teknologi
3. Karena alasan sosial (kerusuhan, perang, sabotase, teroris)
4. Karena berkaitan dengan bencana alam
5. Karena ketidakbecusan manajemen

Pencegahan sebaiknya diterapkan pada situasi pra-krisis. Untuk mencegah kemungkinan terjadinya krisis. Namun, jika krisis tidak dapat dicegah, manajemen harus mengupayakan agar krisis tidak jika kelak krisis betul-betul terjadi. Untuk itu, begitu terlihat tandatanda krisis, segera arahkan ke tahap penyelesaian. Dalam melakukan implementasi strategi penanganan krisis, pemulihan krisis ialah bagian di dalamnya setelah organisasi berhasil menatasi masa kritisnya. Istilah pemulihan sendiri berarti ada proses yang dilakukan untuk tujuan tertentu, yakni 1 proses, cara, perbuatan memulihkan: masyarakat membantu TNI dalam~keamanan; 2 pengembalian; pemulangan (hak, harta benda, dan sebagainya).⁶¹ Jika meminjam istilah marketing, upaya pemulihan dilakukan oleh pelaku pemasaran pada industri travel, turisme, dan hospitality untuk mengantisipasi dampak langsung ataupun tidak langsung dari kejadian negatif terhadap potensi pasar dan pelanggannya.).

METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian strategi pemulihan produk dan jasa pariwisata di Pantai Pandanan desa Malaka Kabupaten Lombok Utara menggunakan metode Deskriptif Kualitatif dengan mengumpulkan data melalui teknik observasi, teknik wawancara mendalam, dan teknik dokumentasi.

Peneliti memperoleh informan penelitian dengan cara purposive sampling, purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009:218).

Pertimbangan dalam hal ini yakni orang-orang yang memiliki kriteria dan dianggap paling tahu tentang topik penelitian. Informan dalam penelitian ini diambil dari pihak internal dan pihak eksternal kampung coklat senara yang terdiri dari 5 orang yaitu: ketua pengelola, ketua pokdarwis kampung coklat senara, Perwakilan Pemerintah Desa, Masyarakat, Pengunjung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan berusaha mendeskripsikan, mengidentifikasi mengenai suatu fenomena yang ada atau yang sedang terjadi dan

dialami dalam objek penelitian. Analisis data yang digunakan untuk menentukan strategi yang tepat terdapat tiga tahapan (David, 2010:325-356), yaitu: Tahap Input (Reduksi Data): Tahap input atau mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya serta membuang yang dianggap tidak perlu. Tahap Pencocokan (Penyajian Data): Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Tahap keputusan (Penarikan Kesimpulan): Tahap keputusan merupakan jawaban atas fokus penelitian berdasarkan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produk dan Jasa Pariwisata Pantai Pandanan

Pandanan terdampak pandemi sehingga pantai Pandanan begitu sepi pengunjung, pelaku usaha produk seperti lapak ikan dipesisir pantai dan konter water spot banyak yang tutup. Masyarakat pantai pandanan yang 90% bekerja dibidang pariwisata kehilangan pekerjaan. Padahal Pantai Pandanan memiliki potensi wisata yang cukup terkenal seperti konservasi karang, ombak surfing khusus pemula, olahraga banana boat dan wisata kuliner pinggir pantai dengan gaya bangunan menggunakan gazebo sesuai khas masyarakat terdahulu. Pantai Pandanan sendiri dikelola oleh dua lembaga masyarakat yaitu Kelompok Sadar Wisata dan Kelompok Pengawas Masyarakat. Dua lembaga ini memiliki peran masing-masing dalam bidang pengelolaan pariwisata pantai Pandanan, Pokdarwis mengelola bagian pantai seperti pemeliharaan kebersihan dan kelestarian pantai, sedangkan Pokwaswas mengelola baharinya seperti trumbu karang dan konsevasi penyu.

potensi yang dimiliki Pantai Pandanan yang dapat menarik wisatawan sekitar maupun mancanegara, salah satunya ialah:

a. Daya Tari Wisata Alam

Potensi yang dimiliki Pantai Pandanan salah satunya ialah keindahan bawah lautnya berupa karang biru, tempat melihat matahari terbenam (sunset), disebelah timurnya memiliki pemandangan bukit-bukit.

b. Daya Tarik Wisata Buatan

Adapun daya tarik wisata buatan yang dimiliki antara lain taman wisata sport selfie yang kekinian, water sport, konservasi penyu, transpantasi trumbu karang, budidaya lebah madu, lapak ikan pinggir Pantai Pandanan.

c. Destinasi Pariwisata Tiga Gili (Trawangan, Meno, Air)

Dengan adanya destinasi tiga gili tersebut menjadikan peluang terhadap produk dan jasa di Pantai Pandanan dengan menyediakan transportasi laut antar pulau.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemulihan produk dan jasa pariwisata di pantai pandanan desa malaka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Keadaan produk dan jasa pariwisata di pantai pandanan di masa pandemi saat ini mengalami penurunan jumlah kunjungan yang cukup signifikan di segala sektor bisnis pariwisata di pantai pandanan terutama bisnis kuliner dan rental bananan boat.

Strategi pemulihan produk dan jasa pariwisata Pantai Pandanan dengan Meningkatkan promosi yang dilakukan secara virtual dan memperbaharui pasilitas

pendukung dengan tetap menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah (CHSE).

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memukakan beberapa hal sebagai berikut:

Dalam rangka memulihkan perekonomian masyarakat, pemerintah desa, pengelola usaha, kelompok sadar wisata di harapkan duduk bersama untuk dapat lebih kreatif lagi di dalam segi pemasaran dan event-event yang di adakan di pantai pandanan dengan nantinya di haruskan memperhatikan protokol kesehatan.

Para pelaku usaha di Pantai Pandanan untuk mensertifikasi usaha yang ada dalam program kemenpar CHSE (cleanliness, health, safety, and environmental sustainability) agar dapat meyakinkan pengunjung yang akan berkunjung bahwa Pantai Pandanan aman di kunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Azwar, Saifuddin. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3] *Buku Profil Desa Malaka*. UPD (2018) . Data Stastiktik Dan Profil Desa Malaka Kabupaten Lombok Utara.
- [4] Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. (2018). *Data Usaha Pariwisata Nusa Tenggara Barat*. Mataram.
- [5] Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat. 2018 *Stastistik Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Mataram.
- [6] I Nyoman Sukma Adia, Skripsi Judul “Pariwisata Berkelanjutan”. Tahun 2017
- [7] Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- [8] Notoatmodjo, Sukidjo. 2018. *Metologi Penelitian Kesehatan*. jakarta: PT Rineka Cipta.
- [9] Oktaviany, V. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Bale Seni Barli-Kota Baru Parhyangan. *Tourism Scientific Journal*, 1(2), 184. <https://doi.org/10.32659/tsj.vli2.11>
- [10] Phau, I., Quintal, V., & Shaka, T. (2014). Examining A Consumption Values Theory Approach Of Young Tourists Toward Destination Choice Intentions. *Internasional Journal Of Culture, Tourism, And Hospitality Research*, 8(2), 125-139. <http://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2012-0090>
- [11] Rangkuti, 2013. Analisis Swot Membandingkan Antara Factor External Peluang Dan Ancaman Sebagai Factor Internal Kekuatan Dan Ancaman.
- [12] Rezkia. (2017), *Strategi Pengembangan Produk Wisata Di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Krinci Provinsi Jambi*.
- [13] Sri Wahyuningsih, Skripsi Judul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba”, Tahun 2018.
- [14] Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Suwena, 2010, *Pembangunan Dan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*, Bali UU RI NO 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- [16] Syah, firman. (2018). *Strategi Pengembangan Produk Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Ke Museum Nasional DKI Jakarta*.
- [17] Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSNGKAN