

## STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI WISATA DI KOTA BIMA

Sri Ernawati<sup>1\*</sup>, Intisari Haryanti<sup>2</sup>, Ita Purnamasari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima*

*Email korespondensi: sriernawati.stiebima@gmail.com*

### ABSTRAK

Sebagai salah satu negara yang mempunyai potensi wisata cukup besar, Indonesia berpeluang mampu meningkatkan pendapatan negara dan pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi untuk mengembangkan industri wisata di pantai Lawata Kota Bima. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data primer dengan menggunakan kuisisioner terbuka dan tertutup melalui link google form kepada pelaku UMKM di lokasi objek penelitian dan pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke obyek penelitian. Kuisisioner yang terkumpul di analisa menggunakan Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwadari hasil analisis SWOT, pemerintah Kota Bima harus selalu mengembangkan daya tarik wisata, menjadikan Pantai Lawata sebagai kawasan ekonomi kreatif dan menambah fasilitas pendukung di pantai Lawata, sarana dan prasarana dapat menambah daya tarik dan meningkatkan daya saing dengan objek wisata di lain daerah dan dari BMC menunjukkan bahwa dengan terus melakukan strategi untuk mengembangkan kawasan industri dengan terus meningkatkan fasilitas, pemberdayaan pelaku UMKM, Promosi meonline maupun offline sehingga bisa meningkatkan PAD untuk Kota Bima.

**Kata Kunci:** Pariwisata, PAD, SWOT, BMC

### ABSTRACT

*As one of the countries that has considerable tourism potential, Indonesia has the opportunity to be able to increase state income and economic growth through tourism. This study aims to see how the strategy to develop the tourism industry on the lawata beach of Bima City. This research uses a survey method with a qualitative approach. Primary data collection using open and closed questionnaires through google form links to MSME actors at the location of the research object and visitors who have visited the research object. The collected questionnaires were analyzed using SWOT Analysis and Business Model Canvas. The results showed that from the results of the SWOT analysis, the Bima City government must always develop tourist attraction, make Lawata Beach a creative economy area and add supporting facilities on Lawata beach, facilities and infrastructure can increase attractiveness and increase competitiveness with tourist attractions in other regions and from BMC shows that by continuing to carry out strategies to develop industrial estates by continuing to improve facilities, empowerment of MSME actors, online and offline promotion so that it can increase PAD for Bima City.*

**Keywords:** *Tourist, PAD (Locally-generated revenue), SWOT, BMC*

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memang berdampak sekali bagi penduduk di dunia dan hampir terjadi pada semua lini kehidupan. Situasi ini berlangsung sudah hampir tiga tahun lamanya sejak virus covid-19 masuk ke Indonesia pada tahun 2019 lalu. Beberapa kegiatan ekonomi, sosial dan budaya hampir porak poranda kena dampak pandemic, mulai dari sektor perdagangan, transportasi, Pendidikan, pembangunan, fashion, termasuk sektor pariwisata khususnya wisata halal. Data statistik menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 mengalami penurunan selama pandemi covid-19 dan berangsur-angsur mulai membaik pada tahun 2022 meski tanpa tahun 2021 sempat mengalami penurunan. Selama tahun 2020 pertumbuhan ekonomi berjalan lambat bahkan beberapa kali berada diangka minus. Kemudian pada tahun 2021 hingga tahun 2022 mulai mengalami perbaikan dan kenaikan, (Rifah, 2022).

Sebelum adanya pandemic Covid 19, perkembangan pariwisata di Indonesia secara umum menunjukan tren positif. Hal ini disebutkan dalam laporan WTTC (2018) dimana Indonesia berada pada peringkat ke-9 dalam daftar negara dengan pariwisata terbaik di dunia. Posisi ini adalah yang terbaik diantara negara-negara ASEAN. Thailand berada di peringkat 12, Malaysia di peringkat 13, Singapura di peringkat 16 (World travel & Tourist Council, 2021).

Setelah pandemic Covid 19 Salah satu sektor industri yang berubah adalah industri pariwisata. Industri pariwisata saat ini dipandang sebagai sektor yang sangat menguntungkan Indonesia karena banyaknya potensi wisata yang dapat dikembangkan lagi secara optimal (Cholik, 2017). Salah satunya adalah penerimaan pendapatan daerah di suatu wilayah yang memiliki destinasi wisata akan memiliki potensi untuk meningkat juga (Incera & Fernández, 2015). Dengan demikian, perkembangan pariwisata di Indonesia tidak lepas dari pengembangan pariwisata di level daerah (Oktavio, 2017).

Pariwisata memiliki *multiplier effect* yaitu pariwisata dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih luas melalui sektor ekonomi lain yang terikat, seperti hotel, restoran, industri kerajinan, dan moda transportasi. Dayana (2017) melakukan penelitian terkait pariwisata dengan menyimpulkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pelaku usaha cinderamata di Kota Mataram. Ramadhany dan Ridwan menjelaskan bahwa dengan meningkatnya kunjungan wisatawan yang signifikan di tahun 2015 dapat menjadi tolak ukur meningkatnya pendapatan masyarakat Lombok, oleh karena itu dengan adanya pariwisata syariah di Lombok berimplikasi baik terhadap kesejahteraan masyarakat (Ridwan, & Ramadhani, 2018)

Kota Bima memiliki potensi produk wisata yang perlu terus dikembangkan. Sebagai salah satu Kota yang berada di propinsi Nusa Tenggara Barat, Kota Bima dikenal dengan kota tepian air yang memiliki kekayaan potensi pesona alam dan budaya yang masih sangat terjaga keaslian dan keindahannya. Kota Bima merupakan wilayah yang memiliki banyak potensi wisata seperti wisata alam yaitu pantai lawata, pantai kolo, pantai so numbe dan pantai ule, wisata buatan yaitu kawasan amahami dan masjid terapung, wisata budaya yaitu museum asi mbojo dan dana taraha (makan sultan bima) dan kawasan pergunungan yaitu puncak jatiwangi dan puncu nence, (Disparpora, 2020).

Wisawatan memiliki keinginan untuk berkunjung salah satu nya didorong fasilitas yang memadai, strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola kawasan

wisata. Seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bima yang menjadi pihak pengelola pantai lawata agar dapat menarik pengunjung ke tempat wisata tersebut. Ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan agar masyarakat banyak berkunjung seperti fasilitas yang disediakan oleh pengelola pantai lawata seperti gajebo, kios-kios yang menyerupai uma lengge (rumah khas Bima) yang dapat memberikan rasa nyaman kepada wisatawan yang berkunjung, musholah sebagai tempat ibadah, Kantor pusat informasi untuk memudahkan pengunjung mendapatkan informasi terkait keadaan pantai lawata, tempat kumpul keluarga dan untuk kaum remaja disediakan café dengan konsep pantai, olahraga air seperti banana boat, spot-spot foto yang menarik, petugas yang selalu dapat melayani keinginan wisatawan, tempat parkir yang luas, petugas dibagian karcis yang ramah dan selalu mengingatkan kertas karcis agar jangan sampai hilang karena dipakai untuk akses keluar kawasan pantai lawata. Hal tersebut mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di pantai lawata.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kualitatif, Obyek penelitian di Industri Wisata pantai Lawata yang terletak di Kota Bima, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Pengumpulan data primer dengan menggunakan kuisisioner terbuka dan tertutup melalui link google form kepada pelaku UMKM di lokasi objek penelitian dan pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke obyek penelitian. Kuisisioner yang terkumpul di analisa menggunakan Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh kawasan pantai lawata. Kekuatan yang dimiliki kawasan pantai lawata antara lain: suasana objek wisata yang berada di teluk bima dengan kawasan pantai yang bagus, kesejukan udara menjadi salah satu daya tarik wisatawan, adanya berbagai sarana seperti kolam renang seperti waterboom, sering digunakan sebagai kawasan education bagi anak-anak. Lokasi kawasan pantai lawata mudah dijangkau dari pusat Kota Bima. Objek kawasan pantai lawata sudah termasuk salah satu objek wisata yang aman, karena tidak ada kasus pencurian, tindak kekerasan, perkelahian, dan aktifitas pengamen yang terkadang membuat pengunjung merasa terganggu. Hasil pembahasan bisa dilihat dari hasil analisis SWOT dan BMC dibawah ini.

### Hasil Analisis SWOT

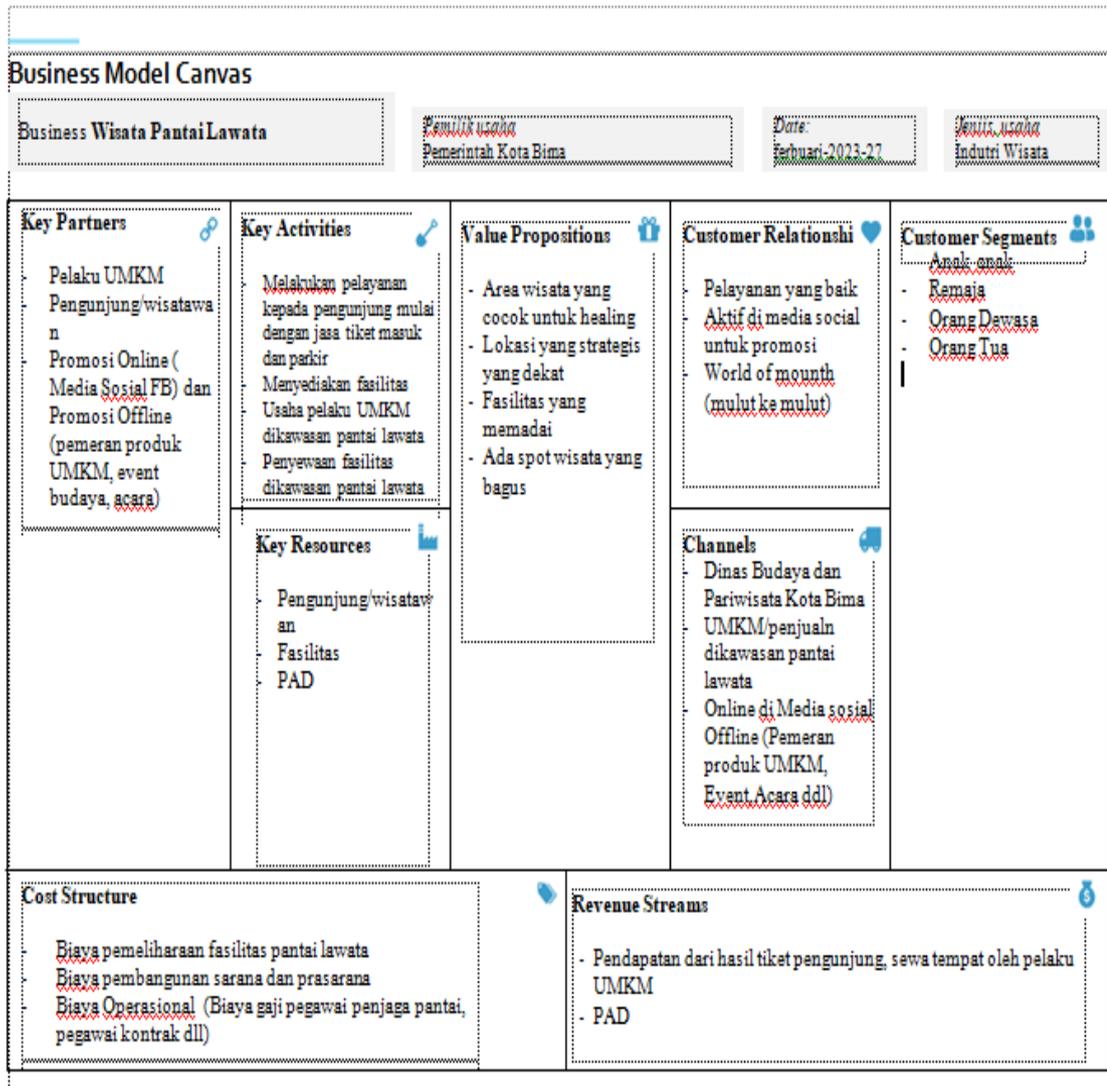
Tabel 1. Analisis Swot Pantai Lawata

<b>Kekuatan (strength-S)</b>	<b>Kelemahan (weakness-W)</b>
1. Merupakan ikon wisata Kota Bima	1. Atraksi wisata air yang masih minimpadahal kawasan pantai
2. Suasana nyaman, indah Udara sejuk	2. Penataan pantai lawata masih belumrapi
3. Lokasi pantai lawata berada di kawasan teluk bima yang ramai	3. Masih dalam tahap pengembangan

<p>dikunjungi masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Lokasi pantai lawata berada pada posisi strategis/dekat pusat kota</li> <li>5. Transportasi ke pantai lawata lancar karena jalur jalan antar provinsi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Fasilitas pendukung untuk wisata kuliner belum tertata dengan baik dan menarik</li> <li>5. Masih banyak bangunan lama yang belum direnovasi sehingga tampilan layoutnya kurang menarik</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Peluang (oppurtinity-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rencana pemerintah kota untuk mengembangkan pantai Lawata menjadi kawasan wisata halal</li> <li>2. Adanya otonomi daerah untuk pengembangan pariwisata termasuk pantai lawata</li> <li>3. Konsep penataan pantai lawata yang untuk semua segmen masyarakat</li> <li>4. Keinginan masyarakat untuk berwisata yang tinggi baik dari masyarakat lokal maupun luar daerah</li> <li>5. Pantai lawata mudah diakses oleh wisatawan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Ancaman (threats-T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pantai Lawata bukanlah satu-satunya obyek wisata di Kota Bima</li> <li>2. Pantai Lawata bukanlah satu-satunya obyek wisata pantai di Kota Bima</li> <li>3. Sikap wisatawan yang kurang menyadari kebersihan pantai dengan membuang sampah sembarang</li> <li>4. Tempat sampah masih kurang dibanding jumlah pengunjung yang datang</li> <li>5. Peraturan Pemerintah yang menerapkan jaga jarak sehingga pantai lawata sering di tutup karena covid 19.</li> </ol>

1. Strategi SO (*strength and oppurtinity*). Pantai Lawata yang merupakan ikon Kota Bima sejak dahulu kala dapat dijadikan kekuatan untuk meraih peluang pengembangan destinasi wisata dalam rangka menarik pengunjung dari luar daerah dan mancanegara sebanyak banyaknya dengan terus melakukan atraksi wisata yang menarik.
2. Strategi ST (*strength and threats*). Adanya dukungan dari pemerintah kota Bima untuk pembangunan fasilitas penunjang yang dapat menjadikan pantai lawata sebagai kawasan ekonomi yang bisa mendatangkan PAD yang tinggi
3. Strategi WO (*weakness and oppurtinity*). Kekurangan pada pantai Lawata yang diakibatkan adanya sampah yang mengotori pantai dapat dijadikan sebagai ajang promosi dengan melakukan kegiatan bakti sosial bersih-bersih pantai dengan mengikutsertakan SKPD, masyarakat dan wisatawan yang berkunjung.
4. Strategi WT (*weakness and threats*). Penambahan fasilitas pendukung di pantai lawata, sarana dan infrastruktur dapat menambah daya tarik dan menambah daya saing dengan objek wisata di daerah yang lainnya.

Berikut adalah hasil Analisis Bisnis Model Canvas



Gambar 1. Hasil Analisis Bisnis Model Canvas

Dari hasil analisis dan temuan di lapangan, ditemukan beberapa permasalahan terkait dengan strategi yang dilakukan. Oleh sebab itu diberikan beberapa rekomendasi guna meningkatkan minat berkunjung wisata di pantai lawata Kota Bima, sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yaitu (a) Memperhatikan lingkungan pantai lawata agar tetap terjaga suasana pantai yang bersih dan nyaman dengan terus membuat event-event social di sekitar kawasan pantai seperti bersih-bersih pantai. (b) Membuat materi kegiatan promosi dengan mengundang travel-travel agent untuk melakukan family trip pada kawasan pantai lawata guna meningkatkan jumlah kunjungan. dan (c) pengelola kawasan wisata harus terus mendapatkan pelatiba tentang edukasi wisata agar pengetahuan tentang pariwisata lebih baik dan mengerti bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik terhadap wisatawan yang berkunjung

## KESIMPULAN

Hasil analisis menggunakan analisis SWOT maka diharapkan dapat disusun strategi terkait kekuatan maupun kelemahan sehingga dapat menjadi solusi untuk menghadapi ancaman dengan mengambil peluang yang ada. Dengan adanya strategi pengembangan yang telah ditetapkan, diharapkan hal ini menjadi salah satu upaya untuk mempercepat perkembangan wisata pantai lawata.

Dengan menggunakan analisis SWOT dan BMC maka diharapkan dapat disusun strategi terkait kekuatan maupun kelemahan sehingga dapat menjadi solusi untuk menghadapi ancaman dengan mengambil peluang yang ada. Dengan adanya strategi pengembangan yang telah ditetapkan, diharapkan hal ini menjadi salah satu upaya untuk mempercepat perkembangan wisata pantai lawata. Rekomendasi terkait dengan strategi pengembangan potensi wisata pantai lawata ditujukan baik kepada pemerintahan daerah maupun masyarakat untuk dapat bersinergi menyatukan tujuan untuk dapat merintis desa wisata sesuai dengan potensi yang dimiliki dan dengan adanya aplikasi tour guid online dapat digunakan oleh masyarakat sembari untuk lebih menarik wisatawan. Sarana dan prasarana harus dilakukan pembenahan yang bersifat tourist friendly, serta fasilitas pendukung wisata yang spesifik, unik dan sesuai dengan model/tema desa wisata yang dikembangkan

## DAFTAR PUSTAKA

- Cholik, M. A. (2017). The development of tourism industry in Indonesia: Current problems and challenges. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 5(1), 49–59.
- Dayana, H. D. (2017). Pengaruh Wisata Syariah Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Cinderamata di Kota Mataram. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram
- Incera, A. C., & Fernández, M. F. (2015). Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy. *Tourism Management*, 48, 11–20.
- Ridlwan, A; Ramadhani, F. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage*, 3(1), 147–162
- Rifah Sifwatir, (2022). Optimalisasi Wisata Halal Di Pantura Lamongan Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Di Era New Normal. *Al. Musthofa. Journal of shariah economic*. 5(2)
- Oktavio, A. (2017). Pengaruh business process reengineering terhadap business process performance pada hotel budget di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi: Ekonomika*'45, 4(2), 163–175.
- World travel & Tourist Council. (2021). *Travel & Tourism Economic Impact World Report (WTTC,2021)*. World travel & Tourist Council.