

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA PANTAI GADING DI KELURAHAN JEMPONG BARU, KECAMATAN SEKARBELA, KOTA MATARAM

Adriana Wahyuningsih¹, Siti Atika Rahmi², Salmin³
wahyungingsihadriana@gmail.com¹, atikarahmi.siti@gmail.com²,
salminkhanummat@gmail.com³
Universitas Muhammadiyah Mataram

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan daya tarik wisata Pantai Gading di Kelurahan Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan dilakukan melalui peningkatan sarana dan prasarana, promosi digital, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Implementasi strategi ini menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan dan potensi ekonomi masyarakat sekitar. Dinas Pariwisata Kota Mataram berperan sebagai fasilitator dan penggerak sinergi lintas sektor. Kendala utama meliputi keterbatasan anggaran dan promosi yang belum maksimal.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Wisata Pantai, Daya Tarik Wisata, Kota Mataram.

PENDAHULUAN

Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki pengaruh penting terhadap tingkat ekonomi suatu negara. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah pada umumnya dan pendapatan masyarakat sekitar pada khususnya (Andi Rif 2018). Selain untuk menambah pendapatan, pariwisata juga berperan untuk memperkenalkan kepada para wisatawan mengenai keindahan alam dan keanekaragaman budaya setempat.

Wilayah Indonesia dihiasi oleh tempat-tempat yang memiliki berbagai macam keindahan untuk dinikmati. Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar untuk dikembangkan, karena Indonesia memiliki daya tarik wisata berupa lebih dari 17.000 pulau, 300 suku bangsa, 742 bahasa, dan keanekaragaman hayati terbesar ketiga di dunia. Setiap daerah memiliki potensi wisatanya masing-masing, yang mana jika potensi tersebut dikelola secara optimal maka pariwisata dapat menjadi sektor yang menguntungkan bagi masyarakat setempat dan tentunya dapat meningkatkan pendapatan daerah. Ditambah dengan keanekaragaman yang dimiliki oleh Indonesia mulai dari suku, adat istiadat, dan seni kebudayaan dari masing-masing daerah menjadi ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh negara lain. Hal itulah yang dapat dijadikan daya tarik oleh Indonesia sehingga pariwisata yang ada dapat terus berkembang (Maulana Ramdhani, Noor Andriana, and Mulawarman 2023).

Menurut Syambudi (2017:10), pengertian strategi adalah suatu rencana yang terpadu, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan. Rencana ini dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui implementasi yang tepat oleh organisasi (Gunawan 2022).

Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan organisasi, di sertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana

agar tujuan tersebut dapat tercapai. Strategi pariwisata adalah upaya-upaya yang dilakukan dengan tujuan memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek dan daya tarik wisata sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh wisatawan (Tapatfeto, Bessie, and Kasim 2018)

Daya tarik wisata merupakan salah satu faktor penarik yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan perjalanan untuk mempengaruhi wisatawan dalam melakukan perjalanan untuk memenuhi kebutuhan dan rasa ingin tahu tentang pengalaman baru yang belum pernah dirasakannya. Faktor inilah yang dijadikan sebagai arahan dalam pengembangannya (Karini, &Tuffahati (2023).

Salah satu upaya strategi pengembangan industri pariwisata dapat dilakukan dengan cara pengembangan atraksi wisata di suatu kawasan sebagai daya tarik wisata. Pengembangan atraksi wisata ini tentunya direncanakan dan dilakukan sesuai dengan potensi dan kemampuan daerah untuk menyusun rencana dan mengelola secara optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Suatu tempat atau kawasan wisata di suatu daerah baiknya memiliki beranekaragam atraksi, baik itu merupakan atraksi keindahan alam, keagungan manifestasi kebudayaan, pusat perekonomian, maupun atraksi lengkap yang secara keseluruhannya merupakan daya tarik kuat bagi parawisatawan dalam maupun luar negeri (Safari and Riyanti 2023)

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan daerah dan memperkenalkan keanekaragaman budaya lokal. Kota Mataram sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki potensi wisata yang besar, salah satunya adalah Pantai Gading. Pantai ini memiliki keunikan tersendiri sebagai kawasan wisata kuliner pesisir yang menarik banyak pengunjung lokal, terutama pada akhir pekan.

Namun, meskipun memiliki daya tarik, Pantai Gading masih menghadapi tantangan dalam hal promosi dan pengembangan infrastruktur. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar potensi pariwisata ini dapat dimaksimalkan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Informan dipilih secara purposive yang terdiri dari aparatur Dinas Pariwisata Kota Mataram, Lurah Jempong Baru, masyarakat pelaku usaha, dan wisatawan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung di lokasi, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata pantai gading di Kelurahan Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram memiliki peran strategis sebagai tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, selain itu juga pantai yang bernuansyah kuliner itu merupakan sebagai sumber pendapatan masyarakat setempat. Strategi pengembangan bertujuan untuk mengolah potensi pariwisata yang dimiliki oleh setiap daerah pariwisata, pemerintah Kota Mataram telah menetapkan pantai gading sebagai salah satu pembangunan daerah, dengan fokus pada pengembangan objek wisata berbasis budaya, religi, dan sejarah. Berbagai upaya telah dilakukan, antara lain pemberian insentif, pelatihan sumber daya manusia, serta promosi pariwisata melalui media digital dan event berskala lokal hingga nasional.

Strategi pengembangan daya tarik wisata Pantai Gading yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Pemerintah Kelurahan Jempong Baru meliputi:

Tabel 1 Fasilitas Umum Dan Prasarana Umum Di Objek Wisata Pantai Gading

NO	FASILITAS UMUM	PRASARANA UMUM
1	Aksesibilitas	
2	Fasilitas	
3		
4	Tempat Ibadah/Mushola	
5	Tempat Makan	

Sumber : Data Skunder Dinas Pariwisata Kota Mataram 2024

Berdasarkan pada tabel 4.1 terkait fasilitas umum dan prasarana umum di objek wisata pantai gading yaitu tersedianya 10 toilet umum yang nyaman di gunakan,memiliki tempat parkir yang luas dan aman,adanya tempat sampa untuk membuang sampah, memiliki mushola yang memiliki ketersediaan alat sholat yang lengkap dan tempat makan tau lesehan yang menyediakan kuliner khas Lombok yaitu ikan bakar dan laup pauk lainnya.

startegi pengembangan daya tari wisata pantai yang di lakukan oleh dinas pariwisata kota mataram menurut Grindle yang dapat di lihat dalam mendukung pengembangan pariwisata yaitu :

1. Isi kebijakan

Isi kebijaka adalah sejauh mana kepentingan kelompok sasaran termuat dalam kebijakan yang mencangkup beberapa aspek penting yang arah dan tujuan kebijakan.

2. Lingkungan implementasi

Lingkungan implementasi adalah merujuk pada konteks atau situasi di mana kebijakan atau program dilaksanakan. Lingkungan implementasi dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan atau program. Dengan memahami lingkungan implementasi, pembuat kebijakan dan pelaksana program dapat mengidentifikasi potensi tantangan dan peluang, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan keberhasilan implementasi.

Faktor yang mempengaruhi pengembangan daya tarik wisata pantai gading

Salah satu factor utama yang menjadi pengembangan daya tarik wisatawan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Mataram dalam pengembanga daya tarik wisata adalah dengan menyediakan fasilitas bagi wisatawan dan wisatawan juga harus menjaga ke utuhan fasilitas yang di sediahkan. Pentingnya menjaga kebersihan di objek wisata. Kebersihan merupakan hal penting dalam menciptakan kenyamanan dan citra positif sebuah destinasi atau objek wisata. Ketika lingkungan tidak terjaga, maka pengalaman wisatawan aka terganggu, dan hal ini berpotensi menurunkan minat kunjungan ke destinasi atau objek wisata tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan daya tarik wisata Pantai Gading di Kelurahan Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram dilakukan melalui peningkatan sarana dan prasarana, promosi berbasis digital, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Upaya tersebut terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Dinas Pariwisata Kota Mataram berperan penting sebagai fasilitator, terutama dalam penyediaan fasilitas umum, pelatihan sumber daya manusia, dan promosi melalui event pariwisata.

Namun demikian, pengembangan Pantai Gading masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan anggaran, promosi yang belum maksimal, serta pentingnya

menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan agar citra destinasi tetap positif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang lebih kuat antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha untuk mendorong keberlanjutan pengelolaan Pantai Gading sebagai destinasi wisata unggulan di Kota Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Rif, Achmad. 2018. "Daya Tarik Wisata Pantai Wediombo Sebagai Alternatif Wisata Bahari Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Geografi* 10(1): 63–73. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo>.
- Gunawan, Chandra. 2022. "(Studi Kasus Wisata Pantai Kaung Kecamatan Buer Kabupaten Sumbawa)."
- Jailani, Muhammad Aprian, Nabila Alfauziah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Pantai Loang Baloq, and Dinas Pariwisata. 2024. "Evaluasi Peran Dinas Pariwisata Dalam Upaya Peningkatan Pembangunan Destinasi Wisata Pantai Loang Baloq." 8(9): 14–19.
- Kasmad, Rulinawaty. 2018. Implementasi Kebijakan Publik. Universitas Terbuka.
- La Dimuru, Ali Hadi. 2023. "Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Di Pulau Hatta Kecamatan Banda Naira." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2(7): 3005–20. doi:10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i7.5286.
- Lestari, Nia. 2023. "Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara Tourism Communication Strategy in Increasing Visitor Interest In The Gomara Swiss Natural Tourist Destination, North Labuhan Batu Regency." *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik* 2(2): 144–56.
- Maulana Ramdhani, Arif, Ana Noor Andriana, and Universitas Mulawarman. 2023. "Strategies For Developing Tourist Attractions At Pantai Biru Kersik In Increasing Interest In Tourist Visits Using SWOT Analysis Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis S." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(5): 6674–87.
- Nurdiyanti, Nurdiyanti. 2021. "STRATEGI PEMERINTAH DESA DALAM PENGEMBANGAN OBYEK WISATA GILI DEWA KECAMATAN TARANO (Studi Di Desa Labuhan Jambu Tahun 2020)." <https://lens.org/069-004-341-915-869>.
- Nurmala, Nurmala, Sullaida Sullaida, and Damanhur Damanhur. 2022. "Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 23(2): 73–78. doi:10.29103/e-mabis.v23i2.861.
- Safari, Apay, and Anti Riyanti. 2023. "Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Curug Aseupan Parongpong." *Tourism Scientific Journal* 8(2): 246–65. doi:10.32659/tsj.v8i2.248.
- Tapatfeto, Meiwany A K, Juita L D Bessie, and Abas Kasim. 2018. "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DALAM UPAYA PENINGKATAN KUNJUNGAN (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS)." *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)* 6(1): 1–20.