

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi promosi yang diterapkan Wisata Longtun Waterpark dalam meningkatkan jumlah wisata. Penulis menyimpulkan bahwa:

- 1) Strategi promosi pemasaran dalam meningkatkan Jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Longtun Waterpark, Kecamatan Kopang Rembiga, Kabupaten Lombok Tengah dengan melakukan berbagai bentuk promosi, yaitu: *periklanan* , *personal selling* , *sales promosi*, *publicity* , *sponsor marketing* , *komunikasi di tempat pembelian* maka dapat diketahui bentuk strategi promosi yang telah dilakukan oleh Wisata Longtun Waterpark serta faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan destinasi wisata. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa dalam menjalankan strategi promosi, Wisata Longtun Waterpark sejauh ini sudah sangat baik
- 2) Faktor pendukung yaitu wisata yang ada di Kopang Rembiga, adanya dukungan dari Pemerintah Daerah, masyarakat sekitar Kopang Rembiga, dan pengunjung Wisata Longtun Waterpark.
- 3) Factor penghambat Wisata Longtun Waterpark adanya pandemic covid-19 yang menjadikan hambatan untuk melakukan strategi promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, rekomendasi kepada Wisata Longtun Waterpark sebaiknya strategi publisitas lebih di tingkatkan lagi dari berbagai variable publisitas untuk meningkatkan jumlah wisatawan, sekaligus meningkatkan proses pengembangan Wisata Longtun Waterpark, melengkapi fasilitas, mengupdet postingan di media social agar tidak terjadi pertenggaran, dan kesalahpahaman di antara wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Azakiyah. 2013. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*. Skripsi. Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Alauddin Makassar.
- Basu Swastha& Irawan. 1983. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Bogdan dan Taylor, 2010 J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Erfa Okta Lussianda Dkk. 2019. *Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Argowisata Tenan Raya Pekanbaru Provinsi Riau*. e-journal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Fadillah, Ikhsan. 2020. *Strategi Promosi Dinas Kebudyaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Destinasi Wisata di Provinsi Sulawesi Selatan*. Skripsi. Makassar : Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kesrul. 2003. *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: Garasindo.
- Lexi J. Moleong. 2002. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M. A. Desky. 1991. *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Miles M. B. dan Huberman, A. M. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Penerjemah: TjetjepRohendi Rohini. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hadari, Nawawi. 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Onong Uchjana Effendy. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Philip Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Peter,J.,P & Olson, J.C. 2005. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*.
- Pengelola Wisata, Lisa. *Wawancara*. kopang: 20 Desember, 2021.

Pengelola Wisata, Aziz. *Wawancara*. Kopang: 20 Desember, 2021.

Pengunjung Wisata, Arga, Suci. *Wawancara*. kopang: 20 Desember, 2021.

Rambat Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba empat.

Salah Wahab. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paranita.

Sugiyono. 2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Suryadana, M. Liga Dan Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabet

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi

Susanti, Meri. 2017. *Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Lampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung.

Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 43 Angka 1

SUMBER ONLINE

<https://lomboktengahkab.go.id/halaman/sejarah-lombok-tengah>. Di Akses Pada Tanggal 1 Januari 2022

<https://lomboktengahkab.bps.go.id>

Informasi Pendidikan “*Penelitian Deskriptif Kualitatif*”. <http://www.informasi-pendidikan.com/2013/08/penelitian-deskriptif-kualitatif.html>. Di Akses Pada 11/November 2021 Pukul 02:00)

Ihwan satria lesmana dkk. 2020. *Strategi Promosi Pengelolaan Wisata Pantai Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pandegelang*. Jurnal. Vol 6 , Di Akses Pada Tanggal 12 Oktober 2021 <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/595>

Wisata Longtun Waterpark, ([Radarmandalika.Id](http://radarmandalika.id) > [Longtun-Waterpark-Terbesar-Di-Ntb](http://radarmandalika.id/longtun-waterpark-terbesar-di-ntb), Di Akses Pada 09/November 2021 Pukul 11:30

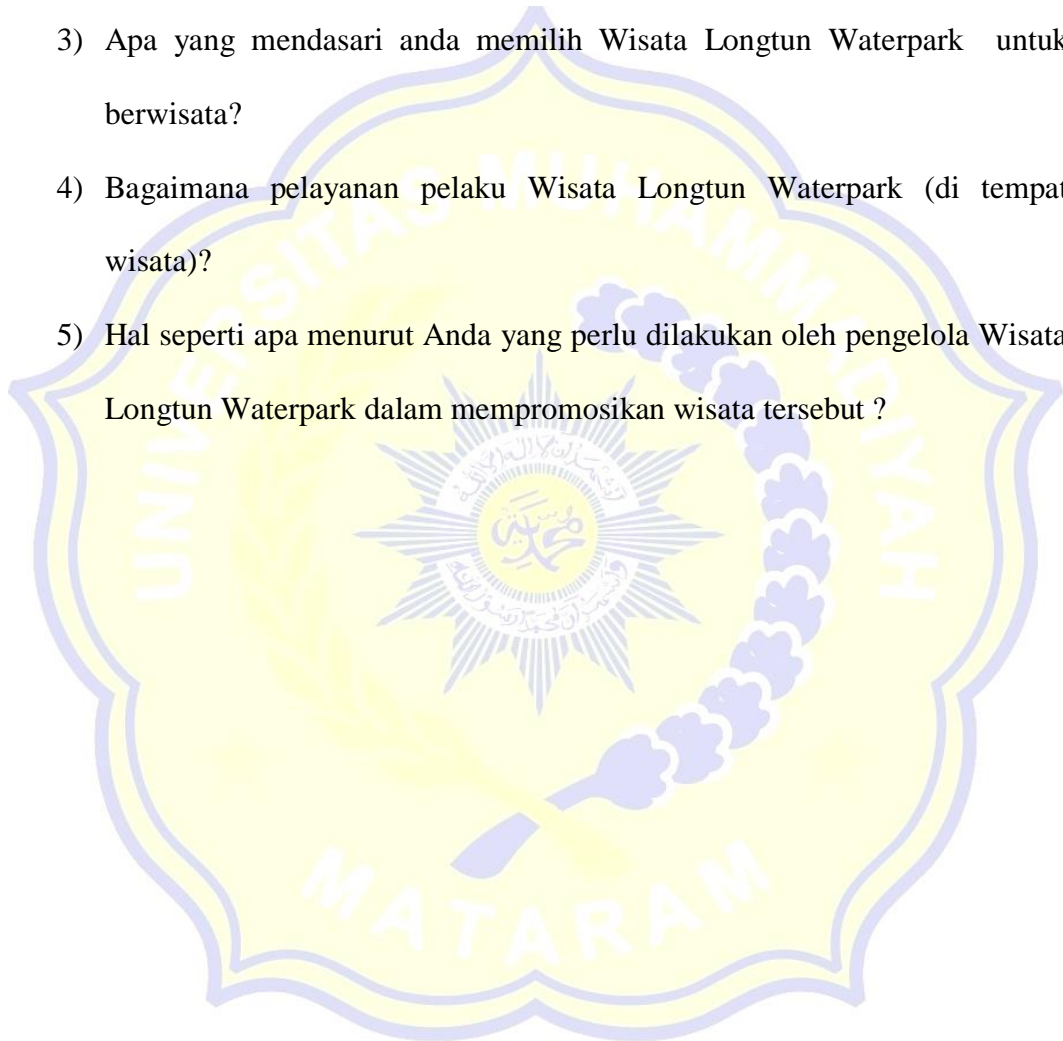
WAWANCARA

Wawancara dengan staff/ karyawan Wisata Longtun Waterpark

- 1) Apakah pengunjung terjadi peningkatan tiap bulanya ?
- 2) Apa target Wisata Longtun Waterpark yang ingin di capai dalam beberapa tahun kedepannya dalam meningkatkan jumlah wisatawan?
- 3) Media apa yang di gunakan dalam menyampaikan pesan yang dapat membuat wisatawan menjadi tahu, dan tertarik untuk mengunjungi Longtun Waterpark ?
- 4) Apakah ada promosi untuk wisatawan atau paket wisata yang disediakan ?
- 5) Kegiatan seperti apa yang humas untuk memasarkan potensi wisata ?
- 6) Apakah Longtun Waterpark memiliki akun social media? Jika ada apa? Dan apakah secara rutin menyampaikan kegiatan promosi di media tersebut?
- 7) Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan destinasi Wisata Longtun Waterpark ?
- 8) Apa saja program yang telah di rancang dalam upaya strategi pemasaran wisata?
- 9) Jika personal selling/ penjualan personal, dimana biasanya personal selling tersebut dilakukan?
- 10) Apa upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi Wisata Longtun Waterpark ?
- 11)

Wawancara dengan Pengunjung Wisata Longtun Waterpark

- 1) Berapa kali anda berkunjung ke Wisata Longtun Waterpark?
- 2) Dari mana anda mengetahui tentang Wisata Longtun Waterpark?
- 3) Apa yang mendasari anda memilih Wisata Longtun Waterpark untuk berwisata?
- 4) Bagaimana pelayanan pelaku Wisata Longtun Waterpark (di tempat wisata)?
- 5) Hal seperti apa menurut Anda yang perlu dilakukan oleh pengelola Wisata Longtun Waterpark dalam mempromosikan wisata tersebut ?



TRANSKRIP WAWANCARA

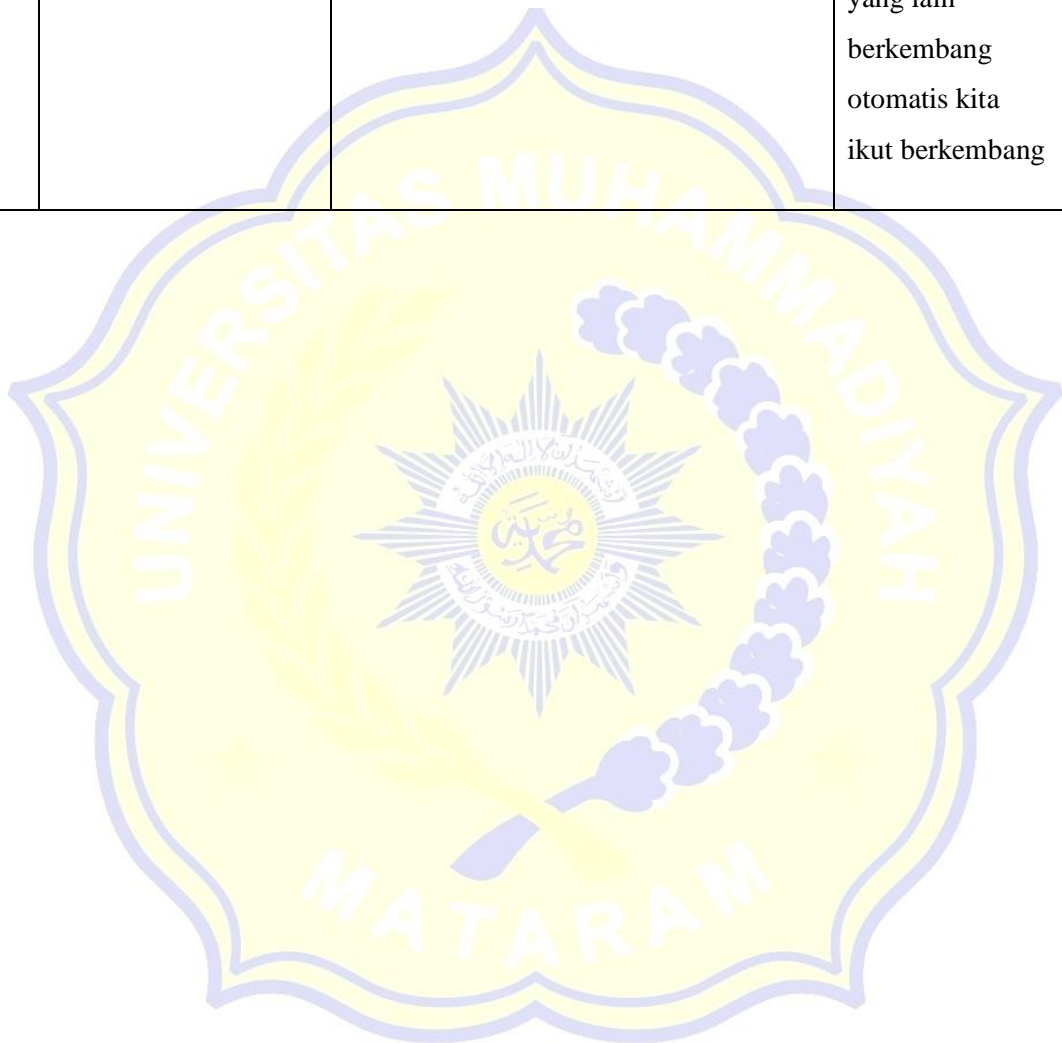
INFORMAN I

Nama : Aziz
Jabatan : Manager Marketing
Hari/Tanggal Wawancara : Kamis 16 Desember 2021
Lokasi/Tempat Wawancara : Wisata Longtun Waterpark Kopang Rembiga

No	Focus Masalah	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi promosi yang diterapkan wisata longtun waterpark untuk meningkatkan jumlah wisata	Apakah pengunjung terjadi peningkatan tiap bulanya	Ya, alhamdulillah secara umum kita mengalami peningkatan disetiap bulannya dari maret launching sampai saat ini.
2		Apa target Wisata Longtun Waterpark yang ingin di capai dalam beberapa tahun kedepannya dalam meningkatkan jumlah wisatawan?	Untuk target sendiri kita masih untuk wisatawan local dan mancanegara, masih wilayah Lombok tengah dan diluar Lombok tengah
3		Media apa yang di gunakan dalam menyampaikan pesan yang dapat membuat wisatawan menjadi tahu, dan	Kami menggunakan media social

		tertarik untuk mengunjungi Longtun Waterpark	seperti facebook dan instagram
4		Apakah ada promosi untuk wisatawan atau paket wisata yang disediakan	Untuk promosi biasanya kami kerjasama dengan BIL Lombok, dinas pariwisata.
5		Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan destinasi Wisata Longtun Waterpark	Factor pendukung sendiri kami banyak dukungan dari pemerintah, dinas pariwisata, serta masyarakat yang antusias membantu dan mempromosikan wisata yang ada di kopang rembiga
6		Adakah pesaing dalam pariwisata?	untuk pesaing kita tentu tidak ada ya, dalah pepatah mengatakan tumbuh dan erkembang

		<p>Bersama apalagi kita juga meningkatkan pariwisata di kopang rembiga. Memang wisata yang lain berkembang otomatis kita ikut berkembang</p>
--	--	--



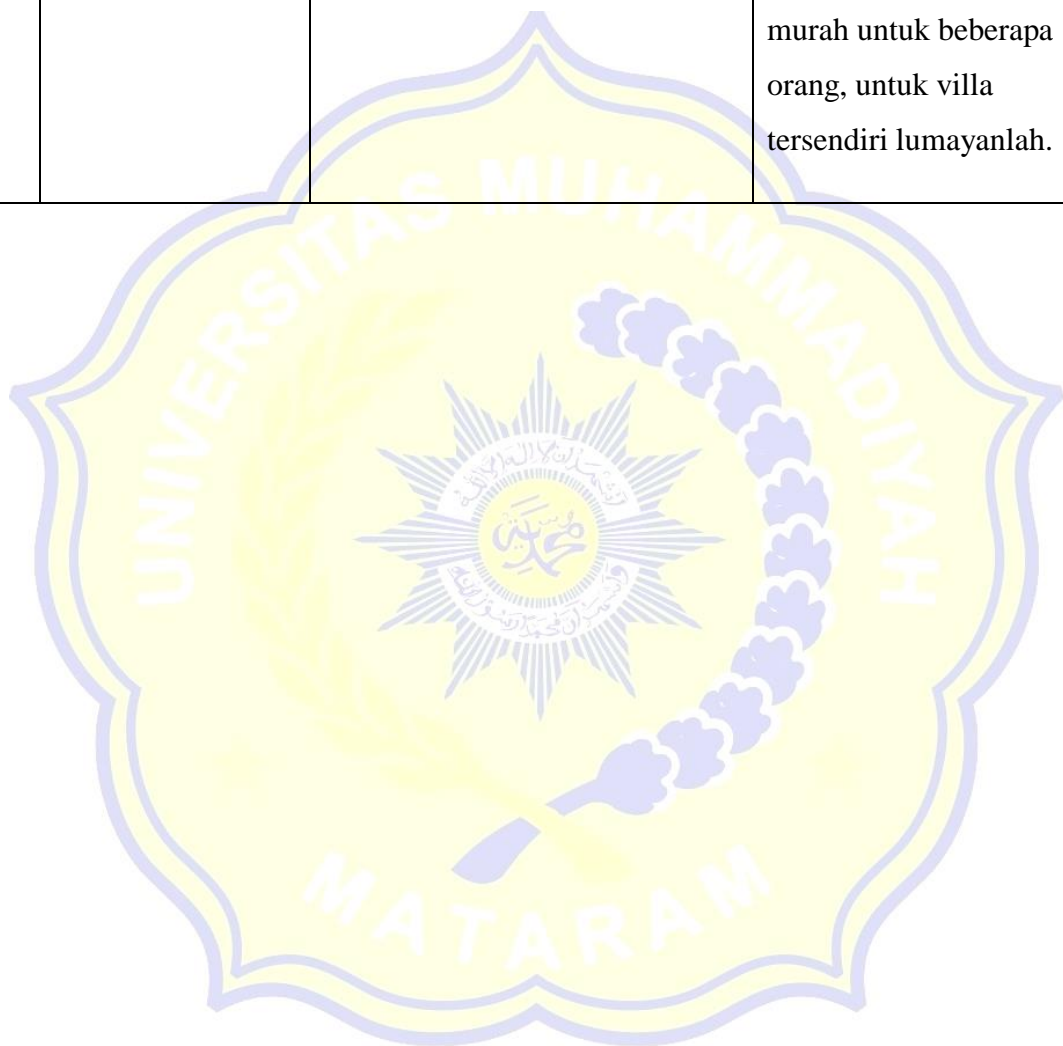
INFORMAN II

Nama : lisa
 Jabatan : Kepala Bagian Pemasaran
 Hari/Tanggal Wawancara : Kamis 20 Desember 2021
 Lokasi/Tempat Wawancara : Wisata Longtun Waterpark Kopang Rembiga

No	Focus Masalah	Pertanyaan	Jawaban
1	Strategi promosi yang diterapkan wisata longtun waterpark untuk meningkatkan jumlah wisata	Untuk promosi sendiri ada 6 unsur promosi mix untuk advertising/ periklanan sendiri gimana ?	Untuk iklan sendiri kami menggunakan baiho atau spanduk,pamphlet,video trone hingga koran dan majalah kami masukkan ke hotel, maupun rumah makan, terus juga ada di bandara internasional Lombok dibagaian tourism information center itu juga kami pasang, wisata kami juga pernah masuk televisi nasioanal dalam program acara On The Spot, Mnctv Lombok.
2		Apa target Wisata Longtun Waterpark yang ingin di capai dalam beberapa tahun kedepannya dalam meningkatkan jumlah wisatawan?	Untuk target sendiri kita masih untuk wisatawan local dan mancanegara, masih wilayah Lombok

			tengah dan diluar Lombok tengah
3		Lalu untuk wisata unggulannya apa saja?	Kalua berbicara keunggulan bisnis kita memiliki ballroom yang luas, bisa digunakan untuk wedding, event, ada kolam renang khusus wanita syar'i.
4		Siapa segmentasi Wisata Longtun Waterpark?	Segmentasi sekarang kita masih berfokus ke local dan mancanegara, sedangkan untuk harga kita sesuaikan untuk orang' yang menengah kebawah supaya tidak memberatkan pengunjung untuk menikmati wisata kita
5		Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan destinasi Wisata Longtun Waterpark	Factor pendukung sendiri kami banyak dukungan dari pemerintah,dinas pariwisata, serta masyarakat yang antusias membantu dan mempromosikan wisata yang ada di Kopang Rembiga

6		Siapa yang menentukan harga wisata? Apakah pemerintah atau pengelola?	Untuk kami di wisata longtun waterpark diperuntukkan untuk menengah kebawah jadi harganya bisa dibbilang relative murah untuk beberapa orang, untuk villa tersendiri lumayanlah.
---	--	---	--



Informan Ke III

Nama : Arga Mahesa (pengunjung)

Alamat : Mantang Batukliang

Umur : 27

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Berapa kali bapak berkunjung ke wisata ini	Baru pertama kali
2	Darimana bapak tau wisata yang ada di kopang ini	Dari facebook, karna dia muncul ketika saya scroll beranda, dan saya tertarik untuk mengunjunginya.
3	Apa yang mendasari bapak memilih Wisata Longtun Waterpark untuk berwisata	Karna saya melihat di facebook wisata ini sangat luas dimana ada caffe nya tersendiri,dan ada kolam khusus wanita syar'i dan wisata ini sangat berbeda dengan wisata yang pernah saya kunjungi.

4	<p>Bagaimana pelayanan pelaku Wisata Longtun Waterpark (di tempat wisata)?</p>	<p>Pelayan nya sangat bagus,dari parkiran saya sudah di sambut dengan baik oleh satpam begitu saya masuk mebayar tiket ,pelayan yang ada disana sangtmurah hati dan selalu tersenyum.</p>
	<p>Hal seperti apa menurut bapak yang perlu dilakukan oleh pengelola Wisata Longtun Waterpark dalam mempromosikan wisata tersebut ?</p>	<p>Menurut saya harus tetap di promosikan wisata ini biar mendunia.</p>

Informan Ke III

Nama : Suci arianti (pengunjung)

Alamat : sukadana (lotim)

Umur : 19 th

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana menurut mbak tentang wisata ini	Menurut saya wisata ini cocok sekali dengan saya yang diaman banyak terdapat spot' foto ala jepang, waterbom nya yang besar dan nyaman dengan pohon kelapa yang mengelilingi wisata ini.
2	Darimana mbak tau wisata yang ada di kopang ini	Dari temen dia yang memberitau kalua di kopang ini ada waterpark
3	Bagaimana dengan pelayanan yang ada di wisata ini	Pelayanannya sangat baik, berbeda dengan wisata yang lain, baru masuk saya sudah di sambut baik oleh pelayan yang ada

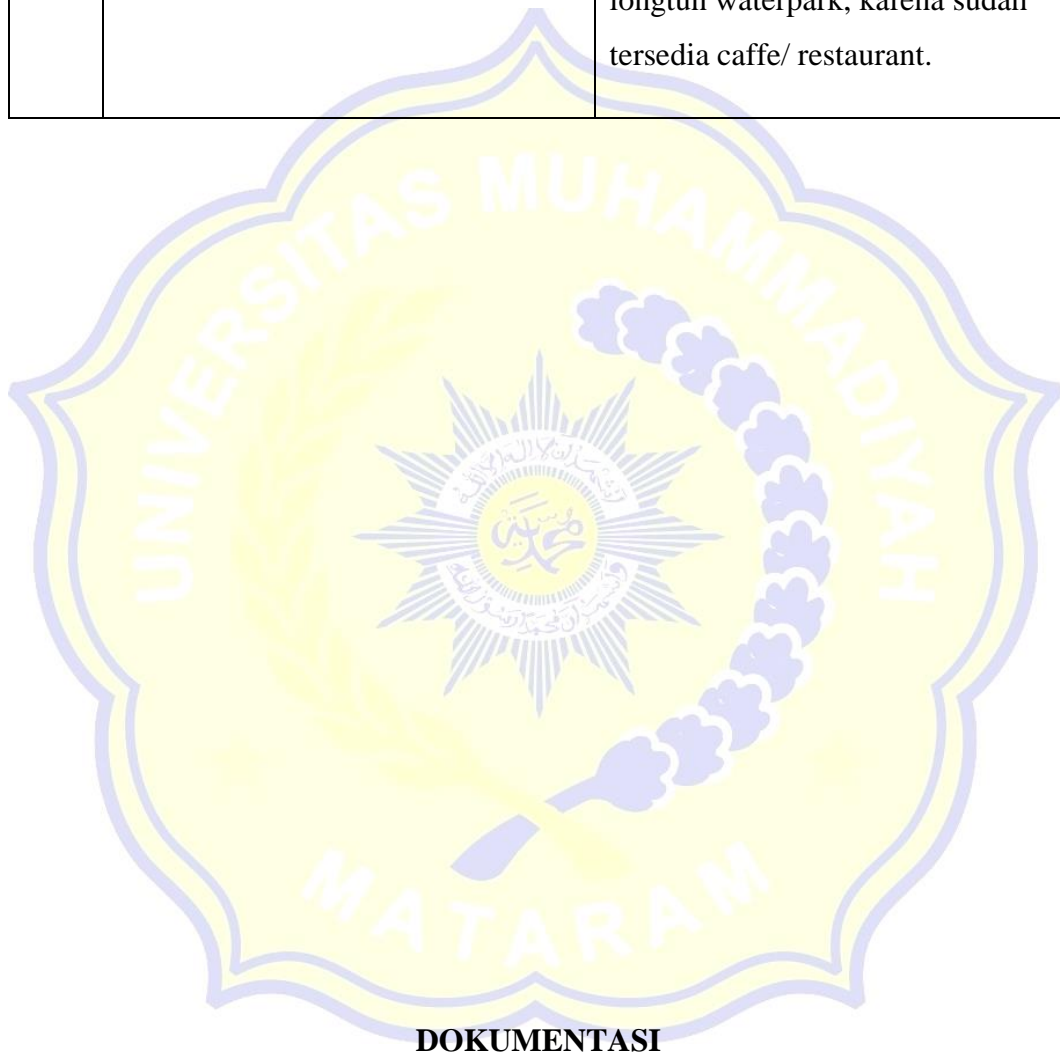
		disana, apalagi waktu saya pesan makanan , mbak' disana sangat ramah sekali.
4	Apa kesan dan pesan mbak untuk wisata longtun ini	<p>Kesan ku adalah merasa sangat senang dan bergembira karena aku dapat pergi ke sebuah tempat wisata. Dan juga,tempat wisata itu sangat Bagus dan Nyaman bagi kami.Pokoknya saya sangat senang berada di sana^-^</p> <p>Pesan saya tolong di perbanyak tempat sampahnya, karna hari wekkend banyak sekali sampah yang mengotori area kolam renang,</p>
	Hal seperti apa menurut mbak yang perlu dilakukan oleh pengelola Wisata Longtun Waterpark dalam mempromosikan wisata tersebut ?	Kalua bisa masuk chnnel tv seperti on the spot pasti banyak lagi yang akan mengunjungi wisata ini.

OBSERVASI

NO	HAL YANG DIAMATI	HASIL YANG DIAMATI
1	Menggunakan media cetak, seperti brosur, koran, untuk memperluas informasi tentang objek wisata	Ya, Wisata Longtun Waterpark menggunakan media cetak, media social dalam melakukan promosi objek wisata
2	Menggunakan media elektronik seperti internet, channel tv, untuk menyampaikan informasi tentang objek wisata	Ya Longtun Waterpark menggunakan media elektronik seperti internet, channel tv
3	Wisata Longtun Waterpark bekerja sama dengan biro perjalanan wisata untuk mempromosikan objek wisata	Ya, Wisata Longtun Waterpark menjalin kerja sama dengan biro perjalanan wisata
4	Terdapat petunjuk jalan yang jelas menuju lokasi Wisata Longtun Waterpark	Ya, sudah terdapat petunjuk jalan yang jelas yang di buat humas Wisata Longtun Waterpark
5	Terdapat hiburan music atau band untuk menaarik wisatawan	Ya, beberapa obyek wisata menampilkan hiburan musik untuk mendukung, memeriahkan

		obyek wisata dan menyenangkan wisatawan yang berkunjung.
6	Terdapat atraksi wisata pendukung, seperti tarian daerah untuk menarik wisatawan berkunjung ke obyek wisata.	Ya, beberapa obyek wisata menampilkan tarian daerah untuk mendukung, memeriahkan obyek wisata dan menyenangkan wisatawan yang berkunjung
7	Perawatan obyek wisata selalu diperhatikan setiap hari.	Ya, perawatan selalu diperhatikan setiap hari.
8	Kebersihan lokasi wisata selalu terjaga setiap hari.	Ya, kebersihan obyek wisata juga selalu terjaga hari
9	Harga tiket masuk ke obyek wisata terjangkau untuk semua kalangan masyarakat	Ya, harga tiket masuk ke obyek wisata terjangkau untuk semua kalangan. Misalnya, untuk wisata pikatan waterpark harga tiket masuk Rp. 35.000/orang (dewasa) Rp. 25.000/orang (anak-anak)
10	Terdapat fasilitas mushola untuk mempermudah pengunjung beribadah di tempat wisata.	Ya, terdapat fasilitas mushola untuk yang beragama Islam daam beribadah sholat di tempat wisata
11	Terdapat kolam renang bagi wanita syar'I / cadar	Ya, terdapat fasilitas kolam renang, musholla, toilet bagi wanita syar'I
12	Terdapat kamar mandi atau toilet yang bersih dan nyaman untuk pengunjung di tempat wisata	Ya, terdapat fasilitas kamar mandi yang bersih untuk para pengunjung di tempat wisata.

13	Area parkir wisata luas.	Ya, area parkir untuk wisata sangat luas
14	Terdapat warung makan di sekitar obyek wisata tersebut.	Tidak. Karena longtun waterpark tidak membolehkan membawa makanan dari luar/ jualan di areqa longtun waterpark, karena sudah tersedia caffe/ restaurant.



— Tips Sukses ala Ridwanto, Direktur Longtun Waterpark di Desa Kopang Rembiga (1) —

Tetap Semangat Bekerja, Jangan Pernah Mengeluh dan Gengsi

Di Longtun Waterpark di Desa Kopang Rembiga banyak sekali sosok inspiratif yang bisa ditiru untuk bisa sukses. Salah satunya adalah Ridwanto, Direktur Longtun Waterpark.

DEDI SHOPAN SHOPIAN,
Lombok Tengah

PERJALANAN hidupnya sama seperti owner Longtun Waterpark H Husni Husain. Dimulai dari bawah dulu, dari sakit dan pahit dulu. Kendati demikian, pria kelahiran 7 Juli 1961 itu, pernah menjabat sebagai manager di sejumlah hotel berbintang di Kota Mataram dan Senggigi, Lombok Barat.

Namun tidak asing lagi di dunia pariwisata NTB. Itu karena dia sudah 30 tahun bergelut di dunia pariwisata. Bagi Iwan - panggilan akrabnya - , membangun dan mengembangkan pariwisata itu tidak ada kata libur, tidak ada kata berhenti dan tidak ada kata pensiun.

Selama masih sehat, kuat



BERBAGI TIPS SUKSES: Ridwanto, Direktur Longtun Waterpark berfoto di depan pintu masuk Longtun Waterpark di Desa Kopang Rembiga Loteng, Minggu (14/3).

dan mampu bekerja, maka harus tetap berkarya nyata. Seperti itulah, bapak dua orang anak tersebut menjalani perjalanannya. Kendati sudah pensiun dari dunia perhotelan dan restoran tahun 2019 lalu. Namun, dia terpenggal untuk membesarkan pariwisata daerah.

Terutama nama Longtun Waterpark yang berdiri di Desa Kopang Rembiga, Kecamatan Kopang, Lombok Tengah. Dari tangannya itulah, Longtun Waterpark mulai kenal luas di seluruh kabupaten/kota di NTB, bahkan Indonesia. Iwan sudah membayangkan, jika

seandainya Covid-19 tidak ada, maka dipastikan Longtun Waterpark akan mendunia.

Siapa menjadi salah satu sarana dan prasarana pendukung MotoGP di Loteng. Bahkan event-event nasional dan dunia. Sederetan artis papan atas dan jurumasa kandal Indonesia akan diundang setiap tahunnya. Bahkan setiap bulan. Sayangnya, bencana non alam Covid-19 meringkang.

Sehingga cita-cita itu ditunda dulu. Cepat atau lambat, akan direalisasikan lewat tangan terampilnya. "Kata kami-cirya, mari kita bersama-sama patuh terhadap protokol kesehatan

dan siap divaksin," seru Iwan pada Lombok Post.

Bagi Iwan, itu adalah cerita rihmatnya. Sedangkan cerita pahitnya menjadi penyemangat dalam bekerja. Baik untuk dirinya sendiri, maupun orang lain. Karena sebelum menjadi pimpinan di sejumlah hotel berbintang, Iwan hanyalah seorang petugas pengantar barang tamu hotel.

Begitu tamu hotel check in, dia lah yang membawa barang tamu hingga menuju kamar. Pekerjaan itu ditukarkannya sejak tahun 1989 atau sejak diterima sebagai pegawai hotel. "Sebelum bekerja di hotel, saya pernah menjadi sales," ujarnya.

Pekerjaan itu ditukarkannya, begitu menyelesaikan kuliah di salah satu perguruan tinggi di Surabaya, Jawa Timur tahun 1987. Iwan menekankan, apa yang dicaritakannya itu semata-mata sebagai sumber inspirasi. Bahwa, kalau mau sukses jangan pernah mengeluh, jangan malu, jangan gengsi dan tetap semangat bekerja. (bersambung/r5)

Gambar 1. Direktur Wisata Longtun Waterpark

— Mengenal H Husni Husain, Owner Longtun Waterpark di Desa Kopang Rembiga (1) —

Dulu Tukang Cuci Piring di Hotel, Kini Jadi Miliarder

Sukses itu butuh proses. Tidak sedikit yang memulainya dari susah dan pahit dulu. Namun yang terpenting tekun bekerja. Jangan pernah menunda-nunda pekerjaan, sekecil apapun.

DEDI SHOPAN SHOPIAN,
Lombok Tengah

JIKA melintas di ruas Mataram-Labuan Lombok, tepatnya Desa Kopang Rembiga, Kecamatan Kopang, Lombok Tengah pasti pengguna jalan dapat melihat dengan jelas Longtun Waterpark. Posisinya kiri jalan setelah perempatan Kopang. Pemilik waterpark itu adalah H Husni Husain.

Luas waterpark milik pria kelahiran 1963 tersebut, terbesar dan terluas di NTB. Yakni, mencapai 3,5 hektare (ha). Di tempat itu terdapat enam kolam renang, dari ukuran besar, sedang, kecil. Kemudian dari kolam anak-anak, dewasa hingga orang tua.

Ada juga kolam arus sepanjang 400 meter, waterboom, air tumpah, air gelembung, kolam syariah,



HASIL KERJA KERAS: H Husni Husain, pemilik Longtun Waterpark di Desa Kopang Rembiga, Kecamatan Kopang, Loteng, Sabtu (6/3).

restoran, ruang rapat atau ruang pertemuan hingga vila dan masih banyak lagi. Nilai investasinya diklaim mencapai ratusan miliar.

Bagi Abah - panggilan akrab H Husni Husain - untuk mendapatkan itu semua, tidak semudah membalikkan telapak tangan. Butuh perjuangan keras dan proses berputih-putih tahun. "Itu berawal dari susah dan sakit dulu," tandasnya.

Dia berharap, apa yang diceritakannya menjadi inspirasi bagi semua. Karena tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini, jika tidak dibarengi

dengan ikhtiar dan doa.

Dia menceritakan kisahnya berawal saat menjadi anak yatim. Ayahnya Husain Al Mahdali meninggal dunia, saat Abah duduk dibangku kelas dua sekolah dasar.

Dia dan ibunya Bugalah Halih mau tidak mau, harus menjadi tulang punggung keluarga. "Saya pernah jualan sate dan jualan makanan ringan di sekolah," ujarnya.

Abah masih ingat betul, setiap kali berjualan, barang-barang jualannya dibawa ke ruang kelas, kemudian dimasukkan ke

dalam meja. Begitu jam istirahat dia kembali berjualan. Begitu seterusnya. Usaha itu ditukarkannya sendiri sekolahnya di SMP dan SMA.

"Tahun 1982, saya lulus SMA. Kemudian saya mencoba mendaftarkan diri kuliah di salah satu perguruan tinggi di Makkah," papar pria yang rambutnya mulai berubah tersebut.

Lama menunggu, tidak ada panggilan dan jawaban dari kampus. Termasuk, dari pihak pemerintah pusat dan pemerintah Arab

Saudi yang menyediakan beasiswa penuh. Akibat, sembari mengisi kekosongan bapak tiga orang anak itu pun, bekerja di Bendungan Mangsit Senggigi Lombok Barat. "Saat itulah, tiba-tiba ada jawaban," tandas Abah.

Dia langsung ikut syukur sembari cepat-cepat pulang ke rumah. Tahun 1983, dia berangkat ke Makkah meninggalkan keluarga di Desa Kopang Rembiga. Di Makkah dia harus mengenyam pendidikan penyelesaian SMA selama tiga tahun. Setelah itu, barulah melanjutkan kuliah selama empat tahun.

Semua biaya ditanggung pemerintah. Dia menceritakan, kala itu, ada 10 orang dari Indonesia yang mendapatkan beasiswa penuh. Salah satunya, dia sendiri. "Singkat cerita, begitu saya lulus kuliah. Saya melamar bekerja di salah satu hotel di Makkah," kata Abah.

Pekerjaannya sebagai tukang cuci piring, tukang mengantarkan makanan dan minuman ke tamu. Kendati demikian, dia tidak pernah gengsi dan malu. Dia menekuni pekerjaannya, yang terpenting halal dan bisa menyambung hidup di negara orang. (bersambung/r5)

Gambar 2. Owner Wisata Longtun Waterpark



Gambar 3. Wawancara dengan Bapak Aziz selaku Manager Marketing



Gambar 4. Wawancara dengan Ibu Lisa selaku Kepala Pemasaran



**Gambar 5. Wawancara dengan Mba suci arianti pengunjung Wisata
Longtun Waterpark**



Gambar 6. Wawancara dengan Bapak Arga pengunjung Wisata Longtun Waterpark

WISATA LONGTUN WATERPARK

Kolam arus yang mengelilingi wisata



Ruang meeting room



Waterboom



Villa jepang



Event Area



Kolam



