

**PENGEMBANGAN DIGITAL TOURISM: PROMOSI WISATA KUTA
MANDALIKA MODEL PENTAHHELIX**

STUDI KASUS DI DESA KUTA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Pemerintahan



Di Susun Oleh:

Lalu Dimas Indra Bangsawan

2020B1D004

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
TAHUN AJARAN 2023/2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pengembangan promosi wisata Kuta Mandalika melalui *digital tourism* dengan model pentahelix. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan payungnya berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian ini yang akan menjadi data primer adalah pemerintah (DISPAR), komunitas swasta (PT. ITDC), pelaku usaha (UMKM), media, dan akademisi. Teknik pengumpulan yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara (*Interview*), dan dokumentasi,

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa pengembangan promosi wisata melalui *digital tourism* di wisata kuta Mandalika telah dilakukan melalui berbagai pengembangan aplikasi berbasis website dan melalui berbagai platform media sosial untuk mendukung promosi wisata kuta mandalika, selain hal itu secara bersama-sama kolaborasi melalui model pentahelix kerja sama antara pemerintah, akademisi, komunitas, pebisnis dan media telah memberikan dampak positif bagi perkembangan wisata kuta Mandalika. Penerapan *digital tourism* ini berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, promosi serta pelayanan kepada masyarakat dalam pengembangan wisata kuta mandalika.

Kata Kunci :Pengembangan Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix,Pengembangan Promosi Wisata Melalui Digital Tourism.

ABSTRACT

This study aims to explore the concept of developing tourism promotion in Kuta Mandalika through digital tourism using the pentahelix model. The study methodology uses a qualitative approach that includes a range of social life naturalistic research approaches. In this study, the government (DISPAR), the private sector (PT. ITDC), corporate players (SMEs), the media, and academia are the main sources of data. The researchers employ observation, interviews, and documentation as methods of gathering data. The study's findings show that Kuta Mandalika has adopted a number of website-based application advancements and social media platforms to complement the promotion of Kuta Mandalika tourism through digital tourism. Additionally, the growth of Kuta Mandalika tourism has benefited from the cooperative effort fostered by the pentahelix model, which involves the government, academia, communities, businesses, and media. In order to improve Kuta Mandalika tourism, digital tourism is being used as a means of information sharing, public service, promotion, and communication. With this advertising, Kuta Mandalika's tourism industry may grow steadily by introducing and drawing a large number of visitors using the pentahelix model of digital tourism.

Keywords: Kuta Mandalika, Digital Tourism, Pentahelix Model

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM


Humaira, M.Pd
NIDN.0803048601

P3B

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial, mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, dari kebutuhan primer (makanan/pangan, pakaian/sandang), kebutuhan sekunder (kebutuhan akan tempat tinggal/papan), hingga kebutuhan tersier (kebutuhan akan berlibur/berwisata). Berkembangnya peradaban tidak hanya membuat seseorang memerlukan kebutuhan primer dan sekunder, tetapi juga kebutuhan bersantai atau berlibur menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia modern. Yang kemudian membuat pariwisata sekarang ini dapat dilihat sebagai sebuah fenomena cukup penting dari sebuah gaya hidup yang menjadi motif dalam melakukan perjalanan wisata, sehingga dalam konteks ini kepariwisataan dapat dijadikan sebagai sebuah industri yang dibutuhkan oleh manusia (Rahu, 2021).

Peraturan otonomi daerah sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 bahwa pemerintah daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah. Dengan otonomi daerah setiap daerah dapat menggali potensi yang dapat dikembangkan, sehingga perkembangan masing-masing daerah meningkat dengan pesat. Terdapat berbagai sektor yang dapat dikembangkan, diantaranya adalah sektor pertanian, sektor peternakan,

perikanan, sektor tekstil dan busana, sektor otomotif, sektor elektronik, sektor pariwisata dan lain-lain. Kebijakan otonomi daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah memberikan peluang daerah mengembangkan potensi daerah. Pengembangan pariwisata yang berorientasi pelestarian budaya, alam dan profit akan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) karena pariwisata merupakan sektor yang potensial dan prospektif (Rahu, 2021).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling murah dan mudah untuk dikembangkan. Pengembangan sektor pariwisata dapat memberi sumbangan yang berarti kepada PDB, cadangan devisa, dan lapangan pekerjaan. Berdasarkan Menteri Koordinator Maritim potensi sumbangan wisata maritim terhadap target perolehan 20 juta wisatawan di 2019 cukup besar, yaitu mencapai empat juta orang, jelas bahwa sumbangan untuk mencapai 20 miliar dolar AS dari pariwisata cukup besar dari sektor ini. Hal ini terbukti bahwa sektor pariwisata menjadi sektor industri yang berkelanjutan, maka perlu adanya alokasi dana yang memadai untuk pengembangan sektor pariwisata. Gubernur Bank Indonesia pada salah satu diskusi menyampaikan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia didukung oleh ekonomi di daerah, oleh karena itu perlu dilakukan reformasi di berbagai sektor dan penguatan pada sektor riil, seperti penguatan daya saing di bidang kemaritiman dan pariwisata (Githa Girindra, 2020).

Perkembangan sektor pariwisata pada suatu negara tentunya akan berpengaruh ke sektor lainnya untuk mengalami perkembangan juga, hal

tersebut dikarenakan produk yang dihasilkan oleh sektor lain tersebut bisa digunakan untuk menyokong sektor pariwisata, seperti hasil produk dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kerajinan tangan, hingga mampu meningkatkan peluang ketersediaan kerja, serta sektor lainnya. Adapun, mata rantai kegiatan yang berhubungan dengan sektor pariwisata tersebut dapat menjadi pemasukan devisa, serta bisa memfasilitasi penyerapan tenaga kerja sebesar-besarnya, sehingga berdampak pada meningkatnya kesempatan kerja, yang tentunya dapat mengurangi angka pengangguran (Basit, 2022).

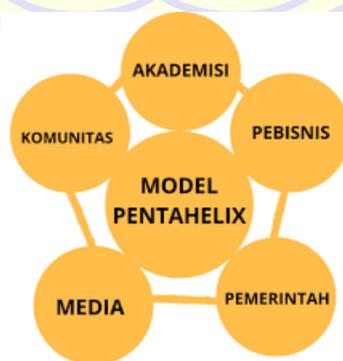
Konsep pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata dikenal dengan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable tourism Development*). Pengembangan ekowisata harus mampu memberikan manfaat untuk masyarakat setempat dan menjadi penggerak pembangunan ekonomi di wilayahnya untuk memastikan bahwa daerah yang masih alami dapat mengembangkan pembangunan yang berimbang (*balance development*) antara kebutuhan pelestarian lingkungan dan kepentingan semua pihak. Pengembangan ekowisata juga harus mampu memberikan manfaat yang optimal kepada masyarakat setempat dan berkelanjutan (Suroija et al., 2021).

Pengembangan ekowisata harus dapat memberikan kepuasan pengalaman kepada pengunjung untuk memastikan usaha ekowisata dapat berkelanjutan. Selain itu pengembangan ekowisata juga harus mampu menciptakan rasa aman, nyaman dan memberikan kepuasan serta menambah pengalaman bagi pengunjung.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di

Indonesia yang memiliki potensi wisata yang sangat mengagumkan. Potensi-potensi tersebut tersebar di berbagai daerah salah satunya Lombok Tengah dengan daya tarik wisata yang dimiliki yaitu Kuta Lombok. Kuta Lombok terletak di kawasan Mandalika yang menjadi salah satu dari 10 kawasan destinasi pariwisata prioritas untuk dikembangkan tahun 2016-2019. Menjadi prioritasnya kawasan mandalika tentu pemerintah setempat harus menyediakan segala hal untuk mendukung jalannya aktivitas kepariwisataan di kawasan tersebut.(Kurniansah & Purnama, 2020).

Salah satunya melalui strategi pengembangan sektor pariwisata yang dilaksanakan yakni penerapan konsep pentahelix, yang pada awalnya digagas oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya dan kemudian dikodifikasikan dalam Peraturan Menteri Pariwisata (Permen) Republik Indonesia NO.14 Tahun 2016 tentang Pedoman Pembangunan Berkelanjutan. Destinasi Wisata. Model pentahelix bertujuan untuk memotivasi industri pariwisata dan sistem pariwisata dengan meningkatkan peran *government, academia, business, community, and media* untuk menghasilkan nilai bagi masyarakat dan keuntungan lingkungan dari pariwisata (Septadiani et al., 2022).



Gambar 1. Skema Model Pentahelix

Model pentahelix merupakan referensi dalam pengembangan sinergitas antara instansi untuk mencapai tujuan. Menurut Rampersad, Questerperan kolaborasi pentahelix memiliki tujuan inovasi dan berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah. Dalam menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, menciptakan pengalaman serta nilai manfaat kepariwisataan demi memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan sekitar, maka diperlukan pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran *business* (bisnis), *government* (pemerintah), *community* (komunitas), *academic* (akademisi), and *media* (publikasi media) atau BGCAM. Wisata Kuta Mandalika berupaya untuk melakukan sinkronisasi kerjasama pengembangan kepariwisataan dengan berbagai pihak termasuk komunitas pelaku pariwisata di Daerah Lombok Tengah sehingga peran masyarakat dalam mengembangkan kepariwisataan yang semakin tumbuh dan terarah berdasarkan dengan kebijakan pemerintah (Hardani, 2021).

Dalam pengembangan pariwisata tidak terlepas juga dari perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi digital yang semakin canggih dapat membuat sarana dan prasarana menjadi lebih mudah dalam hal mempromosikan pariwisata. Hal tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan sistem promosi. Kotler (2009) mengutarakan, *branding* adalah istilah, nama, simbol, tanda, serta susunan dari semua kehendaki dari mengenali barang, jasa dan bahkan para pedagang memilahnya dengan pedagang lainnya. Dalam hal membrandingkan suatu brand, nama, logo atau

slogan bisa dilakukan dengan menggunakan dikerjakan melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berupa aplikasi, media sosial, web dan beberapa platform lainnya (Branding et al., 2022).

Perkembangan teknologi yang berintegrasi dengan pariwisata terbukti makin dilirik oleh pemerintah provinsi NTB, dalam hal ini pada tahun 2019 pemerintah NTB mulai gencar melakukan pengembangan teknologi informasi yang berintegrasi dengan kepariwisataan salah satunya dengan meluncurkan mandalika *smart concept*. mandalika *smart concept* adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengendalian dan pengawasan. Sekaligus menggabungkan atau mengintegrasikan berbagai sistem dan Pembangunan infrastruktur pendukung seperti; jaringan listrik berbasis energi panel surya (PLTS), fasilitas air bersih, pengendalian Kebersihan kawasan dan pantai, *Circuit Control System*, *Public Wireless Broadband*, mobil listrik berbasis lenSolar hingga *Cctv Security Solution* di area *circuit motoGP*. Termasuk menggabungkan jaringan listrik AC dengan jaringan listrik DC serta penggunaan tetra radio jika jaringan *broadband* mengalami masalah (Pemprov NTB 2019).

Dalam pengembangan *digital tourism* pada tahun 2021 pemerintah provinsi NTB berkolaborasi dengan PT. Telkom Indonesia Witel NTB melaunching digitalisasi pariwisata sebagai bentuk upaya pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan secara digital. Digital pariwisata yang dimaksud salah satunya berupa layanan digital yang akan memudahkan wisatawan berkunjung ke banyak destinasi wisata di pulau Lombok dan Sumbawa. Selain itu rencananya juga akan ada penerapan fitur pesan singkat atau LBA (*Location Base Advertising*) yang akan diterima oleh wisatawan

begitu tiba di Bandara Internasional Lombok (BIL) (Pemprov NTB 2019).

Maka dari itu, cara yang tepat untuk mendukung langkah pemerintah agar budaya pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah Khususnya di Kuta Mandalika tetap lestari dan banyak pengunjung adalah dengan melakukan *Branding* lewat sosial media dengan menggunakan aplikasi. Pengertian *branding* yakni proses mengenalkan suatu brand, nama, logo atau slogan dari sebuah perusahaan maupun lingkup daerah seperti pariwisata. Salah satu penggunaan *branding* secara digital yakni dengan *digital tourism*. *Digital tourism* adalah cara yang efektif untuk bisa membranding beberapa tempat wisata yang ada di Indonesia melalui berbagai platform. Dalam pengembangan pariwisata, promosi sangatlah penting. Maka dari itu, melalui *digital tourism* pariwisata dapat mempromosikan budaya didaerah Kuta Mandalika lebih maksimal (Branding et al., 2022).

Kuta Mandalika merupakan salah satu wisata yang menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD). Namun, perlu diketahui bagaimana pengembangan *digital tourism* melalui promosi wisata Kuta Mandalika dengan model pentahelixnya, Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengembangan *Digital Tourism*: Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dijadikan pertanyaan penelitian yang dijadikan fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah, Bagaimana pengembangan promosi wisata Kuta

Mandalika melalui *digital tourism* dengan model pentahelix?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini yakni, Untuk mengetahui konsep pengembangan promosi wisata Kuta Mandalika melalui *digital tourism* dengan model pantehelix

1.4 Manfaat Penelitian

a Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat diguanakn sebagai acuan untuk penulisan skripsi atau karya ilmiah yang berkaitan dengan Pengembangan *Digital Tourism: Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix*.
- 2) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber motivasi untuk mengetahui Pengembangan *Digital Tourism: Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix*
- 3) Sebagai pedoman untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang Pengembangan *Digital Tourism: Promosi Wisata Kuta Mandalika Model Pentahelix*.

b Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dan memperdalam pemahaman atas ilmu yang diperoleh khususnya dalam ilmu sosial kemasyarakatan dan pariwisata serta mengenai dampak negatif maupun positif dengan adanya pariwisata.

- 2) Bagi Masyarakat, yaitu dapat digunakan sebagai sumber referensi, masukan dan informasi baik untuk masyarakat sekitar maupun pemerintahan tingkat Desa, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi ataupun Negara mengenai dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat.
- 3) Bagi Pembaca, manfaat bagi kalangan pembaca yang diharapkan dari penulisan tugas akhir ini adalah dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan dan referensi bagi pembaca

c Manfaat akademis

Penelitian ini berupa syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana strata satu (S-1) pada program studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan oleh peneliti mengenai pengembangan promosi wisata kuta Mandalika melalui digital tourism dengan model pentahelix dikemukakan hasil penelitian bahwa pengembangan promosi wisata melalui digital tourism di wisata kuta Mandalika telah dilakukan melalui berbagai pengembangan aplikasi berbasis website dan melalui berbagai platform media sosial untuk mendukung promosi wisata kuta mandalika, selain hal itu secara bersama-sama kolaborasi melalui model pentahelix kerja sama antara pemerintah, akademisi, komunitas, pebisnis dan media telah memberikan dampak positif bagi perkembangan wisata kuta Mandalika. Penerapan *digital tourism* ini berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, promosi serta pelayanan dalam pengembangan wisata kuta mandalika.

Pemerintah melalui dinas pariwisata telah melakukan digital tourism yang melalui pengembangan aplikasi berbasis website sejak tahun 2021 yang disebut dengan digital platform go mandalika yang memuat informasi tentang pariwisata. Selain aplikasi berbentuk web dinas pariwisata memiliki media sosial yang digunakan untuk mengupload informasi terkait event ataupun CFN. Dinas pariwisata juga menjalin kerjasama dengan pentahelix dengan menandatangani MOU sebagai upaya pengembangan *digital tourism*. Dalam penerapan digital tourism tersebut

tentu penyediaan jaringan internet sangat diperlukan sehingga layanan ini dapat di akses kapanpun dan dimanapun. Selain itu juga penerapan digital tourism harus terintegrasi dengan memperhatikan segala aspek.

Akademisi dalam paradigma pentahelix berperan sebagai drafter dalam pengembangan promosi wisata kuta mandalika melalui digital tourism. Akademisi berperan sebagai penali potensi dan mensertifikasi item dan kemampuan sumber daya manusia yang mendorong perluasan potensi suatu daerah. Dalam hal ini akademisi sudah banyak melakukan berbagai riset dalam menilai potensi yang ada di kuta mandalika dan memberikan ide berupa teori dan relevansi untuk mendukung pengembangan digital tourism di kuta mandalika. Seperti halnya ketersediaan SDM akademisi menyiapkan dan membantu pengembangan SDM di tempat tersebut dengan menggelar pelatihan dan pengabdian kepada masyarakat serta memberikan ide-ide model pengembangan yang baik untuk kemajuan pariwisata kuta mandalika.

Dalam pengembangan wisata kuta Mandalika diperlukan aplikasi yang dapat memuat informasi dan pengalaman pengunjung sebelum, saat dan sesudah berada di wisata kuta Mandalika sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi pengembangan wisata.

Pihak ITDC selaku komunitas berfungsi sebagai katalisator yang memfasilitasi proses ekonomi dengan bertindak sebagai titik kontak atau mediator antara beberapa pihak sudah melakukan pengembangan digital tourism melalui berbagai media platform website maupun pemanfaatan

media sosial yang disebut dengan themandalika-lombok selain itu terdapat media sosial dan website resmi ITDC yaitu website injourney ITDC yang memuat struktur, visi-misi dan profile ITDC. Selain itu juga komunitas ITDC juga berupaya menarik investor untuk menarik dana dalam pengembangan digital tourism di wisata kuta Mandalika.

Penerapan digital tourism sangat diperlukan salah satunya bagi pelaku bisnis yang berfungsi sebagai fasilitator tujuan profesional bisnis yakni untuk memberi nilai tambah dan mempertahankan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan dan pengembangan digital tourism telah banyak dilakukan dengan promosi dan pemasaran produk pelaku bisnis sehingga akan mempengaruhi peningkatan pendapatan masyarakat sebagai tujuan pembangunan berkelanjutan. Namun di beberapa tempat di kuta mandalika pengembangan tersebut masih kurang berdampak diantara para pebisnis atau pedagang sehingga menyebabkan penurunan pendapatan yang dikarenakan sebagian besar pengunjung yang tidak mengetahui keberadaan bisnis tersebut. Selain itu juga faktor promosi yang belum dijalankan dengan seksama dan secara signifikan dikembangkan membuat pemanfaatn teknologi khususnya digital tourism menjadi tidak efisien dan efektif.

Kemudian pihak media memiliki peran penting selaku expander, media berperan dalam membantu surat kabar dengan promosi merek dan penciptaan citra dalam mempromosikan wisata kuta mandalika melalui pembuatan video pendek di media sosial seperti Facebook, IG, YouTube

dan Twitter yang banyak digunakan oleh orang-orang termasuk generasi milenial dan gen-z. Pembuatan video-video pendek merupakan bentuk promosi pihak media dengan menampilkan sisi keindahan alam kuta mandalika dan memberikan informasi terkait produk usaha yang ada di kuta mandalika

Penerapan *digital tourism* dalam pengembangan promosi dilakukan melalui media sosial, website dan form yang dipegang oleh pihak pengelola wisata. Penggunaan media sosial ditujukan untuk memberikan informasi penting seputaran wisata baik dalam bentuk tulisan maupun video pendek. Kemudian video yang dibuat oleh tim media akan di apload pada Facebook, IG, YouTube dan Twitter yang banyak digunakan oleh orang-orang termasuk generasi milenial dan gen-z.

Melalui promosi tersebut dapat memperkenalkan dan menarik wisatawan untuk berkunjung di wisata kuta Mandalika. Jadi kesimpulannya melalui pengembangan *digital tourism* dengan model pentahelix ini dapat dijadikan sebagai suatu acuan media promosi dan komunikasi dalam mengembangkan wisata kuta Mandalika dengan melibatkan beberapa aktor penting yang ikut berperan dalam penerapan promosi melalui *digital tourism*.

5.2.Saran

Setelah melakukan penelitian terkait pengembangan promosi wisata kuta Mandalika melalui digital tourism dengan konsep pentahelix, ada beberapa saran yang peneliti kemukakan yaitu

- a. Semua pihak pentahelix yang terlibat dalam pengembangan wisata kuta mandalika dengan basis *digital tourism* diharapkan dapat mengembangkan teknologi *digital marketing* dan informasi yang dapat di kenal oleh masyarakat luas serta dapat menarik para investor untuk berinvestasi di wisata kuta Mandalika sehingga bisa menjadi acuan dalam pengembangan wisata kuta Mandalika berbasis *digital tourism*.
- b. Bagi penulis sendiri diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti aspek lainnya seperti konsep penerapan model *digital tourism*, pengaruh *digital tourism* dalam peningkatan jumlah pengunjung wisata Mandalika dan lain sebagainya sehingga aspek yang diteliti lebih luas dan tidak berpaku pada satu aspek.