

BAB III

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan analisis data dan pembahasan yang berhubungan dengan strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam mempromosikan Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia pada wisatawan mancanegara khususnya wisatawan muslim dan Timur Tengah. Berdasarkan struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bagian atau bidang yang memiliki tanggung jawab dalam promosi adalah bidang promosi dan pemasaran. Bidang promosi dan pemasaran DISBUDPAR NTB dipimpin oleh bapak Suaidi, SE selaku pemegang keputusan dan tanggung jawab dan dalam merancang materi promosi dan pelaksanaan aktifitas promosi dibantu oleh tiga staf yaitu, seksi promosi dan pemasaran, seksi kerjasama dan seksi analisis pasar.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menganalisa pariwisata halal dan strategi promosi pariwisata halal di NTB khususnya Lombok. Analisis SWOT sendiri menurut Zaenuri merupakan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan serta scenario pengembangan. Dalam analisis SWOT terdapat dua faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan elemen-elemen yang dimiliki oleh suatu organisasi. Dalam hal

ini yang berkaitan dengan faktor dari dalam pengembangan pariwisata halal di Pulau Lombok. Elemen-elemen yang dimiliki oleh Pulau Lombok akan dianalisis kekuatan (*strenght*), dan kelemahan (*weakness*) berdasarkan tolak ukur yang diturunkan dari misi yang harus dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. Dengan demikian komponen yang akan dianalisis antara lain komponen produk obyek/daya tarik wisata, fasilitas dan infrastruktur, manajemen, kelembagaan, sumberdaya, promosi, dan pemasaran, serta dampak lingkungan. Faktor internal merupakan faktor-faktor yang dapat dikelola oleh yang memilikinya dalam hal ini Provinsi NTB. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang tidak dimiliki oleh organisasi pariwisata kerana berada diluar lingkungannya. Analisis terhadap faktor eksternal juga didasarkan pada tolak ukur yang diturunkan dari misi yang diemban oleh pariwisata. Peluang (*oppotunities*) dan hambatan (*threats*) merupakan keluaran dari faktor eksternal. Hasil analisis yang optimal merupakan tujuan dari analisis SWOT (Zaenuri, 2012:139).

Setelah melakukan analisis SWOT pembahasan selanjutnya adalah Strategi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam mempromosikan Lombok sebagai destinasi pariwisata halal dunia.

A. Analisis SWOT pariwisata halal di Lombok

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, maka hasil penelitian diatas akan dibahas lebih lanjut dalam bentuk uraian analisis SWOT.

1. Strengths (kekuatan)

Kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh pariwisata halal di Lombok sangat beragam, hal inilah yang kemudian menarik minat wisatawan untuk berkunjung

ke Lombok. Adapun kekuatan (strength) yang dimiliki oleh pariwisata halal di Lombok antara lain:

Pertama corak dan kultur agama masyarakat Lombok. Kekuatan (strengths) pariwisata halal di Lombok yang pertama terdapat pada corak dan kultur masyarakat Lombok. Selain memiliki destinasi wisata kelas dunia keunikan Lombok terdapat pada corak masyarakatnya yang mayoritas memeluk agama islam. Penerapan dan pengembangan model pariwisata halal di Lombok ternyata sudah menjadi komitmen dari Pemerintah NTB jauh sebelum Lombok dianugerahi penghargaan tersebut. Hal ini tentu saja karena kultur masyarakat Lombok yang sangat kental dengan ajaran-ajaran islam, selain itu juga Lombok memiliki banyak potensi yang bisa menjadi dikembangkan menjadi wisata halal yang menarik di Lombok. Hal inilah yang kemudian mendasarai dipilihnya model pariwisata halal sebagai model pariwisata di Lombok. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH Kepala Seksi Analisa Pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Kalau berbicara tentang destinasi wisata halal dunia, sejak tahun 1999 itu Gubernur NTB saat itu Bapak Harun Al Rasyid, seorang Kyai yang memiliki concern yang cukup besar terhadap pariwisata. Kemudian di kaitkan dengan potensi wisata yang kita miliki model pariwisata halal itu sangat cocok dikembangkan di Lombok. Sehingga dengan demikian sebelum kita mendapatkan award tersebut beliau sudah membranding Lombok ini sebagai “pulau seribu masjid” yang mengacu pada populasi dari masyarakat NTB khususnya Lombok mayoritas muslim, selain itu juga

di Lombok setiap kilometer itu pasti ada masjid. Itu pemicu utama sehingga dengan demikian ketika beliau dipercaya sebagai Kepala Daerah beliau memberikan concern yang luar biasa tentang pariwisata halal. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris pada tanggal 7 Agustus 2019).

Karena itulah pariwisata halal kemudian dipilih menjadi model dari pariwisata di Pulau Lombok. Selain mayoritas penduduknya beragama muslim, Bapak H. Abdul Haris, SH juga menambahkan bahwa masyarakat Lombok sangat kuat memegang ajaran agama sehingga tidak bisa serta merta menerima jenis wisata yang bertentangan dengan syariat islam. Karena itu selain untuk mendapatkan pendapatan daerah, wisata halal juga dipilih karena desakan dari masyarakat agar Lombok memiliki pariwisata yang ramah terhadap masyarakat dan wisatawan yang beragama muslim.

Corak masyarakat Lombok yang kental akan islamnya juga bisa dilihat dari ketersediaan tempat ibadah. Data ketersediaan tempat ibadah berupa masjid dan mushalla dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 3. 1. Jumlah Masjid dan Mushalla di Lombok tahun 2018

	Jumlah Masjid	Jumlah Mushalla
Kota Mataram	221	3
Kabupaten Lombok Barat	348	161
Kabupaten Lombok Timur	1.173	2.199
Kabupaten Lombok Utara	163	77
Kabupaten Lombok Tengah	1.201	439
	3.106	2.879

Sumber : Kementerian Agama RI

Berdasarkan tabel 3.1, setidaknya setiap kabupaten/kota di Lombok memiliki lebih dari 70 tempat ibadah bagi umat muslim. Jumlah tersebut bisa saja lebih banyak mengingat penduduk Lombok 97,46% beragama islam (Badan Pusat Statistik, 2010). Dengan ketersediaan tempat ibadah yang banyak menjamin kenyamanan wisatawan muslim untuk bisa menjalankan kewajibannya.

Kedua dikeluarkannya Pergub dan Perda sebagai payung hkkum dari pariwisata halal. Kekuatan (strengths) selanjutnya yang dimiliki oleh pariwisata halal Lombok terealisasi dalam bentuk Peraturan Gubernur No.51 Tahun 2015 dan Peraturan Daerah No.2 Tahun 2016. Dalam mewujudkan pengembangan dan promosi pariwisata halal di NTB Pemerintah Provinsi mengeluarkan Peraturan Gubernur No.51 Tahun 2015 dan Peraturan Daerah No.2 tahun 2016 sebagai acuan dan payung hukum dalam mengembangkan dan mempromosikan pariwisata halal di NTB khususnya Lombok. Selain itu dikeluarkannya Pergub dan Perda ini menjadi bukti keseriusan Pemerintah NTB untuk terus mengembangkan dan mempromosikan pariwisata halal agar bisa dikenal oleh masyarakat internasional. Sektor pariwisata selama ini juga menjadi salah satu penghasil Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar bagi NTB, karena itu pemerintah juga gencar untuk terus melakukan inovasi di bidang pariwisata. Hal ini juga dijelaskan didalam wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Semenjak Lombok mulai dikenal menjadi destinasi pariwisata halal, Pak Menteri mengharapkan kepala daerah untuk membuat langkah-langkah strategis untuk mengaplikasikan daripada predikat tersebut sebagai destinasi pariwisata

halal. Kepala daerah bersama jajarannya dalam hal ini Pak Gubernur menyusun sebuah kebijakan sebagai kisi-kisi yang harus kita laksanakan dan amanahkan yaitu Peraturan Gubernur No.51 Tentang Pariwisata Halal. Kemudian tidak lama setelah Pergub lahir DPR selaku legislator juga mengeluarkan Peraturan Daerah sebagai konsep tentang pariwisata halal di NTB. Akhirnya sekarang kami punya dua payung hukum yaitu Pergub dan Perda tentang pengelolaan pariwisata halal. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Ketiga, sudah memiliki standar yang sudah sesuai dengan syariat islam. Dalam konsep penataan pariwisata juga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB selalu memperhatikan standar-standar yang tidak keluar dari koridor syariat islam. Salah satunya adalah memisahkan lokasi antara pariwisata halal yang tidak menyediakan minuman alkohol dengan pariwisata konvensional yang masih menyediakan alkohol. Selain itu juga dalam menetapkan standar tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerjasama dengan MUI NTB untuk memberikan sertifikasi kepada hotel dan restoran yang sudah memenuhi standar dalam industri pariwisata halal. Untuk mendapatkan sertifikasi halal sendiri pelaku industri pariwisata harus memenuhi beberapa persyaratan, seperti petunjuk arah kiblat, menyediakan alat sholat, makanan yang terjamin kehalalannya, urinoir yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Untuk penyedia jasa spa, maka tidak diperkenankan untuk melakukan aktivitas yang melanggar aturan agama. Hal ini sejalan dengan pemaparan Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Dalam pariwisata halal kita juga dibantu oleh MUI untuk memberikan sertifikasi kepada hotel bintang dan restoran dengan harapan para wisatawan semakin yakin untuk berwisata di Lombok. Dan Alhamdulillah dari 85 hotel bintang hampir semuanya sudah tersertifikasi halal, itu berkat kerjasama antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dengan MUI NTB. Bentuk konkret dari sertifikasi tersebut paling tidak kalau masuk kamar hotel nanti ada kaligrafi atau arah kiblat beserta alat sholatnya termasuk juga tempat wudhunya disesuaikan harus terpisah dan sesuai dengan sunnah tidak lagi menggunakan keran-keran yang sistem sensor. Kemudian untuk restoran juga wisatawan tidak perlu ragu lagi akan kehalalan dari hidangan yang ada karena sudah di labeling halal. Termasuk juga pekerjaannya tidak digabung antara yang muslim dengan non muslim. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Penjelasan dari Bapak H. Abdul Haris, SH, di atas didukung oleh pernyataan Yazid Hassan selaku wisatawan asal Arab Saudi:

Ini kunjungan saya yang kedua kali, dan saya terkesan dengan apa yang sudah dibangun oleh Lombok dalam 10 tahun terakhir. Pertama kali saya kesini di tahun 2001 saat itu pariwisata masih didominasi oleh pariwisata model Eropa dan America dimana sangat sulit untuk melakukan ibadah di tempat wisata ditambah makanan yang bercampur antara yang halal dan tidak. Namun kini saya sangat terkesan karena travel agent yang saya gunakan selalu mengingatkan saya ketika waktu sholat tiba selain itu juga jika ingin beribadah hotel sudah menyiapkan

peralatan sholat serta arah kiblat di langit-langit kamar. (Wawancara dengan Yazid Hassan pada tanggal 11 Agustus 2019).

Keempat, sudah banyaknya travel agent yang membuka trip pariwisata halal. Selain hotel dan restoran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB juga menggandeng travel atau tour agent untuk ikut serta sebagai bagian dari industri pariwisata halal di Lombok. Hal ini bisa tercermin dari fasilitas yang di tawarkan oleh travel agent itu sendiri seperti memasukkan Masjid Hubbul Wathan (Islamic Centre) sebagai trip wajib dalam setiap paket tour yang dibeli oleh wisatawan. Selain itu juga travel agent wajib memberikan informasi jikalau waktu sholat telah tiba dengan mengarahkan wisatawan menuju tempat ibadah terdekat. Untuk mempermudah komunikasi tour guide juga dalam wisata halal juga diwajibkan untuk bisa dan mengerti menggunakan bahasa arab selain juga memiliki akhlak yang sesuai dengan syariat islam. Ini dijelaska oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Sekarang teman-teman dari travel agent yang menjual paket wisata halal mereka sesuaikan SDM dari tourguidenya muali dari busana, bahasa, dan adabnya. Termasuk juga ketika menyetel musik di waktu lenggang mereka biasanya putar lagu yang berunansa religi. Selain itu kalau mengunjungi objek kebetulan ketemu waktu sholat harus diarahkan ke fasilitas umum apakah itu surau, masjid, atau musholla. Yang menjadi ikon yang bisa di visualkan dalam award tersebut yaitu masjid agung kita Islamic Centre, dimana hampir setiap wisatwan yang membeli paket wisata baik itu *city tour* atau *full*

day pasti diselipkan tour ke Islamic Centre. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Ini juga sesuai dengan pernyataan Abdullah Fuad selaku wisatawan asal Yaman yang penasaran dengan wisata halal di Lombok:

Saya benar-benar merasakan suasana islam yang kental ketika berlibur ke Lombok. Bagaimana tidak semua kebutuhan saya sebagai seorang muslim terpenuhi dengan baik disini, saya juga terkesan dengan Islamic Centre masjid yang megah dan besar untuk Pulau yang kecil. (Wawancara dengan Abdullah Fuad tanggal 20 Agustus 2019).

Kelima, ditetapkannya Lombok sebagai *The Best Halal Tourism Destination* dan *The Best Halal Honeymoon Destination* di Abu Dhabi pada tahun 2015. Setelah menang dalam dua kategori dalam Worl Halal Travel Award pada tahun 2015 lalu, sangat berpengaruh pada jumlah kunjungan wisatawan muslim ke Lombok. Hal ini tentu karena wisatawan muslim tak perlu khawatir lagi untuk melakukan perjalanan wisata ke Lombok, selain memiliki destinasi wisata kelas dunia dengan *award* tersebut tentu sebagai jaminan bahwa pariwisata Lombok ramah bagi wisatawan muslim.

2. Weakness (kelemahan)

Dalam melakukan prose promosi wisata halal, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB memiliki beberapa kelemahan (*weakness*). Setidaknya ada empat kelemahan (*weakness*) utama yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam promosi wisata halal yaitu; keamanan, kebersihan,

aksesibilitas, dan anggaran yang minim. Hal ini dibenarkan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Kendala yang paling vital sekarang ini adalah dari sisi kebersihan dan keamanan disamping aksesibilitas udara dan dana promosi tapi kebersihan dan keamanan ini yang paling vital kedudukannya. Keamanan tetap menjadi prioritas kita karena bagaimanapun juga kejadian-kejadian itu diseluruh dunia pasti akan ada karena itu kita selalu menjaga jangan sampai peluang kejahatan itu ada, kita tetap bekerjasama dengan kepolisian, tentara, tokoh masyarakat untuk menjaga keamanan. Karena kami punya misi kalau pariwisata halal ini harus bertahan selamanya. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Hal ini juga sejalan dengan pernyataan dari Yazid Hassan wisatawan asal Arab Saudi yang berkunjung ke Lombok:

Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pemerintah NTB adalah bagaimana kenyamanan dan keamanan kami ketika bersantai di pantai atau di tempat wisata lainnya. Kami tidak ingin privasi kami diganggu ketika berlibur, dengan banyaknya pedagang yang datang ketika kami sedang bersantai. selain itu juga di beberapa tempat masih ada kami temui pemuda yang mabuk di pinggir jalan ini tentu sedikit membuat kami takut. Ini harus segera diselesaikan. (Wawancara dengan Yazid Hassan pada tanggal 11 Agustus 2019).

Masalah aksesibilitas udara juga masih menjadi kendala bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam mempromosikan Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia. Hingga saat ini belum ada rute penerbangan langsung yang menjembatani antara Timur Tengah yang menjadi sasaran wisatawan halal dengan Lombok. Sampai saat ini hanya Air Asia yang membuka rute International ke Lombok dengan rute penerbangan Perth, Singapura dan Kuala Lumpur ke Lombok, sedangkan untuk pasar Timur Tengah belum tersedia rute *direct* ke Lombok. Hal ini tentu mengurangi pemasaran tentang wisata halal di negara-negara Timur Tengah yang merupakan tujuan dari wisata halal. Hal ini dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Kita cukup terbantu dengan Air Asia yang menjembatani kita dengan pasar internasional yaitu Perth ke Lombok, walaupun sebenarnya kami ingin untuk mendeklarasikan ke dunia sebagai destinasi wisata halal ini harus ada *direct flight* dari masing-masing kantong pariwisata dunia tapi sambil jalan nanti mudah-mudahan bisa terealisasi. Untuk saat ini yang ada kan hanya dari Singapura, Kuala Lumpur dan dari Perth yang paling baru. Sedangkan dari kantong wisatawan halal yang sangat kita harapkan yaitu dari *Middle East* kita belum punya itu. Untuk saat ini kita masih berafiliasi dengan Bali untuk menghubungkan konektivitas kita dengan negara Timur Tengah sampai nanti kita punya rute penerbangan sendiri. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Masalah anggaran juga menjadi kendala bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk mempromosikan Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia. Meskipun sebagai salah satu penyumbang PAD terbesar bagi NTB namun pariwisata masih belum dinomor satukan oleh pemerintah provinsi. Untuk saat ini pemerintah lebih fokus pada bidang pendidikan dan pertanian sehingga anggaran untuk pengembangan dan promosi wisata halal sangat minim. Hal ini dikemukakan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH selaku kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Masalah anggaran ini juga menjadi kendala kita. Di daerah ini kan kita tidak berdiri sendiri, apalagi pariwisata ini menjadi bukan pilihan wajib masih berada di pengembangan devisa pilihan bukan prioritas sehingga anggarannya kecil. Disini yang dominan kan pertanian, pendidikan juga sedang banyak menyedot anggaran. Padahal pariwisata inikan program investasi sekarang kita tanam modal tiga tahun empat tahun kedepan kita bisa petik hasilnya, mindset seperti ini yang belum dimiliki oleh semua pemegang kekuasaan di NTB. Padahal pariwisata juga bisa menyedot banyak tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, tapi karena dianggap bukan program utama anggaran kitapun kecil. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

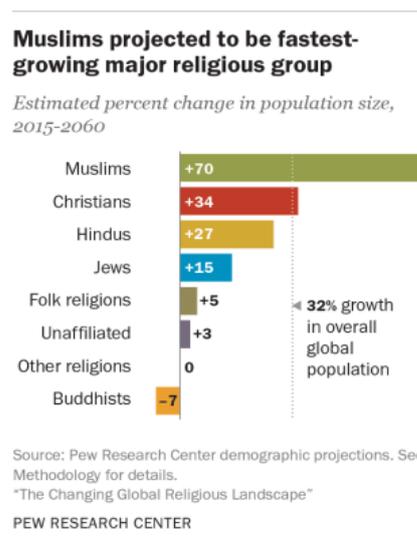
3. Opportunities (peluang)

Pertumbuhan wisatawan muslim yang sangat pesat tiap tahunnya tentu menjadi peluang emas bagi pengembangan sektor pariwisata halal di NTB. Hal ini

harus bias dimanfaatkan dengan baik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk terus mengembangkan dan mempromosikan pariwisata halal di Lombok.

Menurut Kim dkk dalam *Muslim Travelers in Asia* (2015) mengatakan bahwa jumlah populasi muslim pada tahun 2015 saja sekitar 30 persen dari total populasi dunia. Jumlah tersebut akan terus meningkat lebih tinggi daripada penganut agama lainnya (Pew Research Centre, 2017). Diperkirakan juga jumlah populasi muslim dari tahun 2015 sampai 2060 akan mengalami peningkatan sebesar 70 persen, sedangkan populasi dunia meningkat sebesar 32 persen atau total sebanyak 9,6 miliar jiwa pada tahun 2060. Hal ini juga menandakan bahwa wisatawan muslim akan terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2020 wisatawan muslim diperkirakan meningkat sebesar 30% dengan jumlah pengeluaran yang meningkat pula hingga 200 miliar USD (Master Card and Crescent Rating, 2016).

Gambar 3. 1. Grafik Perkembangan Muslim Tahun 2015-2060



Sumber : Eka Dewi Septriana, Journal of Halal Product and Research 2018

Adanya peningkatan dari wisatawan muslim ini memberikan peluang bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk mempromosikan wisata halal di Lombok agar tujuan untuk menjadikan Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia bisa terwujud. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB sendiri terus melakukan peningkatan dalam promosi pariwisata halal. Ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Beberapa tahun terakhir ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerja sama dengan ASITA dan PHRI rutin mengadakan kegiatan yang namanya IHTF (International Halal Travel Fair) jadi kita mengundang para buyer-buyer dari negara islam dan timur tengah untuk kita perlihatkan potensi yang ada di Lombok sehingga mereka tertarik untuk membeli paket wisata yang ada. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Pariwisata halal memang merupakan peluang emas bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk terus memajukan pariwisata di NTB khususnya Lombok. Namun peluang itu tentu juga memiliki beberapa kendala yang harus segera diatasi bukan hanya oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB saja namun semua stakeholders pemegang kekuasaan agar pariwisata halal di Lombok bisa bersaing di kancah internasional.

4. Threats (Ancaman)

Dalam proses promosi dan pengembangan pariwisata halal di Lombok Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bukannya tanpa ancaman. Ancaman untuk

pariwisata NTB khususnya Lombok adalah kurangnya kesadaran masyarakat Lombok terhadap pariwisata. Masyarakat Lombok memiliki stigma yang buruk tentang pariwisata, hal ini dikarenakan masyarakat Lombok kebanyakan menganut islam yang “keras” sehingga pariwisata menjadi barang yang tidak terlalu disukai. Ini sesuai dengan pernyataan Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Masyarakat kita disinikan agamanya agak strong, jadi kalau bicara masalah pariwisata pikirannya itu negatif. Ini PR kita bersama dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bekerjasama dengan seluruh stakeholders pariwisata terus melakukan sosialisasi dan pemahaman kepadamasyarakat tentang apa itu pariwisata dan pariwisata halal.

Selain itu Ancaman dari promosi wisata halal di Lombok juga adanya ketakuta atau trauma yang dialami oleh wisatawan untuk berkunjung ke Lombok karena bencana gempa bumi yang melanda Lombok pada 2018 lalu. Walaupun sudah berlalu namun ketakutan akan gempa yang akan terjadi lagi masih tertanam di mindset wisatawan yang mempengaruhi kunjungan ke Lombok.

Jika mengacu pada data kunjungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB memang untuk tahun 2018 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang sangta signifikan yaitu sebesar 19,85% dari jumlah kunjungan pada tahun 2017. Hal ini tentu merupakan dampak dari bencana gempa yang menimpa Lombok. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB perkembangan jumlah kunjungan wisatawan baik asin maupun lokal mengalami penurunan sebesar 19,85%, ini tentu meleset dari dari perkiraan Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata NTB yang menargetkan jumlah kunjungan sebesar 4.000.000 jiwa namun karena adanya gempa hanya terealisasi sebesar 2.812.379 juta jiwa.

Tabel 3. 2. Perkembangan/Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi NTB Tahun 2014-2018

NO	TAHUN	WISMAN	WISNUS	JUMLAH	PERKEMBANGAN (%)
1	2014	752.306	876.816	1.629.122	20,00
2	2015	1.061.292	1.149.235	2.210.527	35,69
3	2016	1.404.328	1.690.109	3.094.437	39,99
4	2017	1.430.249	2.078.654	3.508.903	13,39
5	2018	1.204.556	1.607.823	2.812.379	-19,85

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Ini juga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bapak H.Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Sekarang ini setelah gempa sudah rada-rada pulih sudah ada geliat kebangkitan dari jumlah kunjungan wisatawan, kalau di compare dengan bulan yang sama tahun lalu masih jauh dari harapan tapi sudah masuk dari jumlah yang sudah diharapkan sebelumnya. Secara fasilitas kita sudah cukup bagus, tinggal sekarang bagaimana wisatawan ini lebih yakin untuk kembali datang ke Lombok. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Tabel 3. 3. Matrik SWOT Pariwisata Halal Di Lombok

	<p>Kekuatan-Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)Corak dan kultur agama masyarakat Lombok 2)Memiliki Perda dan Pergub yang menjadi payung hukum 3)Memiliki fasilitas wisata berstandar syariah 4)Sudah banyak travel agent penyedia trip pariwisata halal 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan 2. Kebersihan 3. Aksesibilitas udara 4. Anggaran yang minim
<p>Peluang (Oppertunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan wisatawan muslim yang pesat tiap tahunnya. 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempromosikan pariwisata halal ke negara mayoritas muslim. 2. Menambah rute penerbangan terutama dari negara timur tengah 3. Menyelenggarakan event event untuk memperkenalkan Lombok dimata dunia 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Bekerjasama dengan berbagai pihak seperti kepolisian dan masyarakat untuk meningkatkan keamanan dan kebersihan di destinasi pariwisata 2.Melakukan kerjasama dengan Bali untuk rute penerbangan yang belum ada sambil menunggu dibukanya rute penerbangan langsung ke Lombok 3. Bekerja sama dengan Kementerian
<p>Ancaman (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Kurangnya kesadaran pariwisata masyarakat 2.Ketakutan akan gempa 	<p>ST</p> <p>Melakuakan sosialisasi dan pendampingan kepada masyarakat.</p>	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Melakukan pendampingan dan sosialisasi kepada masyarakat 2.Melakukan promosi yang efektif

B. Strategi Promosi Wisata Halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan teknik analisis SWOT, menunjukkan bahwa promosi wisata halal oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB ditentukan oleh faktor internal dan eksternal. Gabungan antar faktor tersebut ditunjukkan dalam matriks analisis SWOT dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strenghts-Opportunity)

Strategi SO ialah strategi yang menggabungkan antara kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh pariwisata halal di Lombok. Strategi ini sendiri dibuat sesuai dengan visi misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar-besarnya untuk mempromosikan wisata halal di Lombok. Strategi SO yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB antara lain:

- a. Mempromosikan pariwisata halal ke negara mayoritas muslim
Familiarization Trip merupakan strategi promosi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk mempromosikan pariwisata halal ke negara mayoritas muslim. Strategi ini dilakukan dengan mengundang pelaku usaha wisata, jurnalis, bahkan artis untuk melihat dan menikmati keindahan dan keunikan wisata halal di Lombok untuk kemudian disebarakan keunikan dan kecantikannya, strategi promosi seperti ini dinamakan *Familiarization Trip (Fam Trip)*. Tujuan dari Fam Trip ialah untuk menjadikan wisatawan

sebagai promotor yang akan mempromosikan kembali pariwisata halal di Lombok. Contohnya saja yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB yang mengundang pelaku usaha wisata dari Iran. Dalam menyelenggarakan kegiatan ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata dan Kedutaan Besar Republik Indonesia untuk Iran mengundang pelaku usaha wisata ke Lombok untuk menikmati pariwisata halal di Lombok dengan harapan pelaku usaha wisata tersebut bisa mengemas paket wisata ke Lombok untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asal Iran. Fam Trip ini sendiri dihadiri oleh 10 pelaku usaha wisata dan 10 wartawan dari Iran yang diundang selama 4 hari untuk menikmati keindahan alam yang ada di Lombok.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB memang menjadikan negara-negara Timur Tengah sebagai target utamanya. Hal ini karena negara-negara Timur Tengah memiliki peranan penting dalam pariwisata dunia, dengan jumlah berwisata keluar negeri mencapai 140 juta orang pertahun, lebih besar dari pasar Tiongkok yang memiliki jumlah kunjungan luar negeri mencapai 100 juta orang.

Selain para pelaku usaha wisata dan wartawan, Fam Trip juga pernah diikuti oleh berbagai Duta Besar dari negara-negara Timur Tengah, seperti Duta Besar Arab Saudi, Duta Besar Oman, Duta Besar Maroko, Duta Besar Tunisia, Duta Besar Qatar, Duta Besar Bahrain, Duta Besar Libya, Duta Besar Yaman, Duta Besar Iraq, dan Duta

Besar Mesir. Para Duta Besar tersebut melakukan kegiatan Fam Trip dengan tema “Familiarization Cooperation in The Field of Trade, Tourism and Investment”. Adapun jadwal Fam Trip dan pesertanya terangkum dalam tabel 3.3 dan 3.4 berikut:

Tabel 3. 4. Jadwal Kegiatan Fam Trip Duta Besar Negara-Negara Timur Tengah di Lombok

No	Waktu	Destinasi
1	08.30-12.30	Menuju Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, Lombok Tengah
2	13.30-14.00	Menuju Sentra Industri Tenun Ikat, Sukarara, Lombok Tengah
3	14.30-15.30	Menuju Autore Pearls Farm and Showroom, Teluk Nara, Lombok Utara
4	16.30-17.00	Menuju Quinci Villa's
5	18.00	Kembali Ke Penginapan

Sumber : Familiarization Trip For Ambassadors of Middle East Countries on NTB (www.ntbprov.go.id)

Daftar nama Duta Besar Negara-Negara Timur Tengah yang mengikuti kegiatan Familiarization Trip For Ambassadors Of Middle East Countries: Promoting Cooperation in The Field Of Trade, Tourism and Investment:

Tabel 3. 5. Daftar Nama Peserta Fam Trip For Ambassador Ke Lombok

No	Nama	Negara
1	H.E.A. Amr Moawad	Mesir
2	H.E. Abdullah Hassan Salih	Iraq
3	Mr. Mohammed Ali Saleh Al Najar dan istri	Yaman
4	H.E. Sadegh M.O. Bensadegh	Libya
5	Mr. Yasser Al Haddad	Bahrain
6	H.E. Ahmed Jassim Al-Hamr dan istri	Qatar
7	H.E. Mohammed Majdi dan istri	Maroko
8	H.E. Mourad Belahssen	Tunisia
9	H.E. Sayyid Nazar bin Al-Julanda bin Majid Al Said	Oman
10	H.E. Osama Mohammad Abdullah Al-Shuibi dan istri	Arab Saudi
11	Mr. M. Adhi Prakoso Dipo	Perwakilan International Development Bank
12	Nurul Aulia	Duta Besar Indonesia Untuk Timur Tengah

Sumber : Familiarization Trip For Ambassadors of Middle East Countries on NTB (www.ntbprov.go.id)

b. Menambah rute penerbangan dari negara Timur Tengah

Masalah aksesibilitas udara juga masih menjadi kendala bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam mempromosikan Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia. Hingga saat ini belum ada rute penerbangan langsung yang menjembatani antara Timur Tengah yang menjadi sasaran

wisatawan halal dengan Lombok. Sampai saat ini hanya Air Asia yang membuka rute International ke Lombok dengan rute penerbangan Perth, Singapura dan Kuala Lumpur ke Lombok, sedangkan untuk pasar Timur Tengah belum tersedia rute *direct* ke Lombok. Hal ini tentu mengurangi pemasaran tentang wisata halal di negara-negara Timur Tengah yang merupakan tujuan dari wisata halal. Hal ini dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Kita cukup terbantu dengan Air Asia yang menjembatani kita dengan pasar internasional yaitu Perth ke Lombok, walaupun sebenarnya kami ingin untuk mendeklarasikan ke dunia sebagai destinasi wisata halal ini harus ada *direct flight* dari masing-masing kantong pariwisata dunia tapi sambil jalan nanti mudah-mudahan bias terealisasi. Untuk saat ini yang ada kan hanya dari Singapura, Kuala Lumpur dan dari Perth yang paling baru. Sedangkan dari kantong wisatawan halal yang sangat kita harapkan yaitu dari *Middle East* kita belum punya itu. Untuk saat ini kita masih berafiliasi dengan Bali untuk menghubungkan konektivitas kita dengan negara Timur Tengah sampai nanti kita punya rute penerbangan sendiri. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Penambahan rute penerbangan ke negara Timur Tengah tentu menjadi langkah yang sangat tepat karena dengan begitu minat wisatawan muslim dari Timur Tengah untuk berlibur ke Lombok menjadi semakin besar.

Untuk mempromosikan wisata halal di Lombok, Dinas kebudayaan dan Pariwisata NTB juga rutin menyelenggarakan event yang berlangsung tiap bulan

dalam setahunnya. Total ada 16 event yang tertera dalam kalender event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB yang merupakan event yang khusus dilakukan di Lombok untuk mempromosikan wisata halal di Lombok.

Gambar 3. 2. Kalender Event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB 2019



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Didalam kalender event tersebut terdapat rangkain sepanjang tahun antara lain:

- Lombok Sumbawa Great Sale (28 Januari-28 Februari 2019)
- Festival Pesona Bau Nyale (17 Februari-25 Februari 2019)
- Tour de Lombok Mandalika (7 Maret-10 Maret 2019)
- Festival Pesona Khazanah Ramadhan (8 Mei-25 Mei 2019)
- Rinjani 100 (22 Juni-23 Juni 2019)
- Jambore Nasional Ikatan Motor Indonesia (15 Agustus-18 Agustus 2019)
- Bulan Pesona Lombok Sumbawa (18 Agustus-18 September 2019)
- Festival Pesona Senggigi (18 September-21 September 2019)
- Mandalika International Marathon (8 Oktober 2019)

- Pesona Desa Wisata (21 November-22 November 2019)
- Rinjani Golf Tournament (14 Desember-15 Desember 2019)
- Festival Bale Langgaq (Desember 2019)

2. Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ini merupakan gabungan dari kekuatan yang dimiliki dan ancaman yang dihadapi dalam proses promosi pariwisata halal di Lombok. Strategi ini digunakan dengan tujuan untuk menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi ST yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB antara lain:

a. Melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada masyarakat

Dalam proses promosi dan pengembangan pariwisata halal di Lombok Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bukannya tanpa ancaman. Ancaman untuk pariwisata NTB khususnya Lombok adalah kurangnya kesadaran masyarakat Lombok terhadap pariwisata. Masyarakat Lombok memiliki stigma yang buruk tentang pariwisata, hal ini dikarenakan masyarakat Lombok kebanyakan menganut Islam yang “keras” sehingga pariwisata menjadi barang yang tidak terlalu disukai. Untuk mengatasi ancaman tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB memiliki strategi untuk mengatasi ancaman tersebut. Strategi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB adalah melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada masyarakat. Ini sesuai dengan pernyataan Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Masyarakat kita disinikan agamanya agak strong, jadi kalau bicara masalah pariwisata pikirannya itu negatif. Ini PR kita bersama dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bekerjasama dengan seluruh stakeholders pariwisata terus melakukan sosialisasi dan pemahaman kepadamasyarakat tentang apa itu pariwisata dan pariwisata halal. Alhamdulillah sekarang masyarakat sudah mulai paam dan malah ikut terjun ke dalam pariwisata halal ini. Ada yang buka restoran, jual souvenir, travel dan lain sebagainya. Ini kan tidak lepas juga dari peran Dinas dan semua yang terlibat. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

3. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB antara lain :

- a. Bekerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan dan menjaga keamanan dan kebersihan.

Kebersihan dan keamanan merupakan poin penting dari pariwisata, jika destinasi pariwisata kotor dan tidak aman maka wisatawan pun enggan untuk berkunjung. Untuk tetap menjaga citra positif Lombok sebagai destinasi wisata yang aman dan bersih Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerja sama dengan berbagai pihak seperti kepolisian, organisasi pariwisata seperti PHRI dan ASITA serta tokoh masyarakat

agar keamanan dan kebersihan destinasi wisata Lombok terjaga dan wisatawan nyaman berlibur di Lombok. Hal ini dibenarkan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB :

Kendala yang paling vital sekarang ini adalah dari sisi kebersihan dan keamanan disamping aksesibilitas udara dan dana promosi tapi kebersihan dan keamanan ini yang paling vital kedudukannya. Keamanan tetap menjadi prioritas kita karena bagaimanapun juga kejadian-kejadian itu diseluruh dunia pasti akan ada karena itu kita selalu menjaga jangan sampai peluang kejahatan itu ada, kita tetap bekerjasama dengan kepolisian, tentara, tokoh masyarakat untuk menjaga keamanan. Karena kami punya misi kalau pariwisata halal ini harus bertahan selamanya. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

- b. Melakukan kerjasama dengan Bali untuk rute penerbangan yang belum ada sampai saat ini Nusa Tenggara Barat memang belum membuka rute penerbangan langsung menuju Timur Tengah, ini tentu menjadi kendala bagi aksesibilitas wisatawan yang ingin berkunjung ke Lombok. Untuk mengatasi kendala ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerja sama dengan Bali untuk menghubungkan Lombok dengan negara Timur Tengah dengan membuka transit penerbangan di Bandara Ngura Rai Bali. Ini sesuai dengan apa yang

dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Untuk saat ini yang ada kan hanya dari Singapura, Kuala Lumpur dan dari Perth yang paling baru. Sedangkan dari kantong wisatawan halal yang sangat kita harapkan yaitu dari *Middle East* kita belum punya itu. Untuk saat ini kita masih berafiliasi dengan Bali untuk menghubungkan konektivitas kita dengan negara Timur Tengah sampai nanti kita punya rute penerbangan sendiri. Di Bali juga kita pasang plang-plang tentang wisata halal dan brosurnya juga jadi wisatawan yang menunggu pesawat menuju Lombok suda punya gambaran tentang pariwisata halal tersebut. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

c. Bekerjasa dengan Kementerian untuk melakukan promosi

Dalam mempromosikan wisata halal, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata untuk mengembangkan dan mempromosikan pariwisata halal di Lombok. Ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Dalam mempromosikan pariwisata halal kita berafiliasi dengan Kementerian, dengan instansi terkait bersatu untuk mendukung Lombok sebagai destinasi wisata halal dunia. Salah satunya dengan membuat surat jitu yang dikirim ke seluruh kementerian agar Lombok dipercaya sebagai tempat diselenggarakannya wisata

MICE sekaligus memperkenalkan potensi wisata halal di Lombok (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

4. Strategi WT (Weakness-Treaths)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat pencegahan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB, yaitu :

a. Melakukan pendampingan dan sosialisasi kepada masyarakat

Dalam proses pengembangan dan promosi pariwisata halal, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB juga sangat gencar untuk melakukan sosialisasi dan pengenalan tentang pariwisata halal kepada masyarakat agar masyarakat mengerti dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dalam proses sosialisasi ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bekerjasama dengan semua Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dari Kabupaten/Kota di Lombok, kemudian dengan kelompok sadar wisata, serta tokoh-tokoh adat dan agama. Sosialisasi ini juga diberikan agar masyarakat bisa ikut serta dalam pariwisata halal.

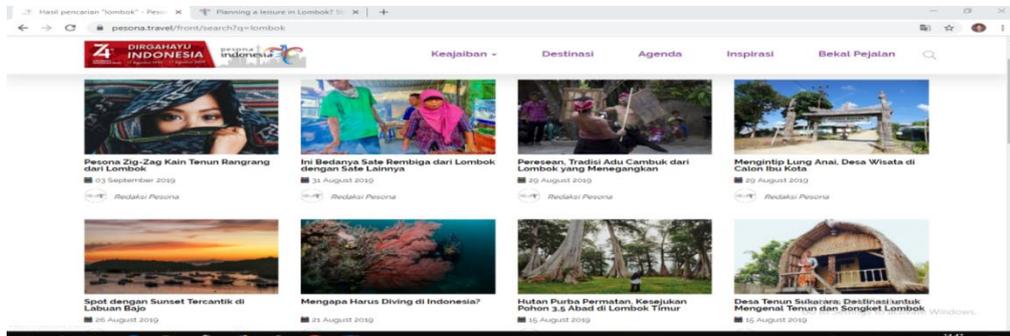
Ini sesuai dengan pernyataan Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Saat ini kita masih berlangsung untuk sosialisasi bersama Dinas-Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dari Kabupaten/Kota serta tokoh masyarakat dan agama untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pariwisata halal, jangan sampai disalah artikan oleh masyarakat karena kita disini masyarakatnya sedikit “strong” agamanya, apalagi berbicara masalah pariwisata lebih banyak negatif thingkingnya. Jangan sampai terjadi hal itu. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

b. Melakukan promosi yang efektif

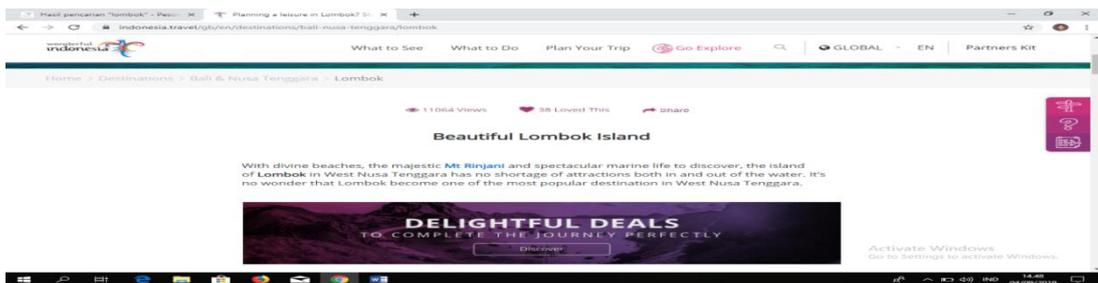
Dalam melakukan proses promosi, Dinas kebudayaan dan Pariwisata juga memanfaatkan media online seperti website, facebook, instagram dan twitter sebagai sarana promosinya. Website merupakan salah satu terobosan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam hal pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi pariwisata, karena website memiliki daya jangkau yang luas serta dapat diakses oleh siapapun dimanapun dan kapanpun. Website yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB adalah Pesona Indonesia dan Wonderful Indonesia. Dalam website tersebut digambarkan keindahan alam yang dimiliki Lombok beserta kerajinan dan budaya masyarakatnya.

Gambar 3. 3. Website Pesona Indonesia



Sumber : https://pesona.indonesia.travel/destinasi/bali-kepulauan_nusatenggara/nusa-tenggara-barat/lombok/

Gambar 3. 4. Website Wonderful Indonesia



Sumber : <http://wonderful.indonesia.travel/destinations/bali-nusa-tenggara/lombok>

Selain website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB juga menggunakan facebook sebagai media promosi wisata halal di Lombok. Facebook sendiri merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman dan mengirim pesan.

Gambar 3. 5. Facebook Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

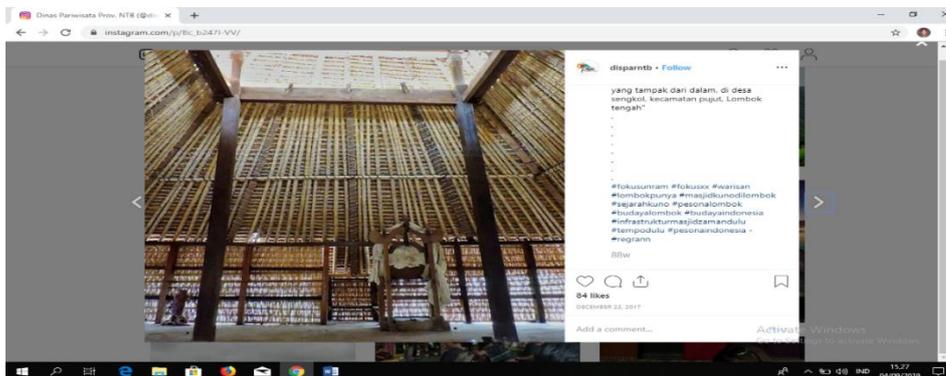


Sumber : <http://facebook.com/DisparNTB/>

Dalam situs facebook Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB berisikan berbagai macam informasi salah satunya tentang ragam kuliner yang ada di Lombok. Laman facebook ini bertujuan untuk memperkuat branding dan promosi wisata halal di NTB untuk menarik kunjungan wisatawan.

Selain website dan facebook, instagram juga menjadi alat promosi andalan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. Hal ini karena instagram merupakan media sosial yang penggunanya paling banyak di dunia. Hal itulah yang kemudian mendasari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB untuk mempromosikan wisata halal di Lombok melalui istagram.

Gambar 3. 6. Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB



Sumber : <http://instagram.com/DisparNTB/>

Salah satu foto yang diunggah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dalam instagramnya berisikan informasi tentang situs sejarah Masjid Kuno Rembitan di Lombok Tengah yang merupakan salah satu destinasi wisata halal di Pulau Lombok.

Informasi yang disajikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB melalui media online terbukti efektif untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi

wisata halal di Lombok, hal ini diperkuat oleh pernyataan Amirul Haikal wisatawan asal Malaysia yang berlibur di Lombok setelah mengunjungi website Wonderful Indonesia mengatakan:

Saya pertama kali melihat di website Wonderful Indonesia dan cerita dari teman-teman yang sudah berlibur ke Lombok. Wisata halal masih agak asing ditelinga saya dan itu semakin menambah ketertarikan saya untuk mencobanya. Di internet sudah banyak sekali informasi tentang Lombok dan wisata halal. Setelah mencari tahu informasi dari internet saya rasa Pemerintah Indonesia sudah cukup sukses untuk menarik minat wisatawan untuk berlibur ke Lombok. Saya sendiri sangat puas terhadap informasi yang disediakan di website tersebut karena saya rasa sistemnya tidak rumit sehingga gampang untuk mencari informasi. (Wawancara dengan Amirul Haikal pada tanggal 16 Agustus 2019).

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Yazid Hassan yang merupakan wisatawan dari Arab Saudi yang menyatakan:

Saya mengetahui tentang Lombok dari internet atau media sosial saya lupa persisnya, intinya saya pernah melihat dan membaca informasi tentang Lombok dan wisata halalnya. Menurut saya informasi yang ada di internet tentang wisata Pulau Lombok sudah cukup untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesini. Kalau informasi ini yang menulis DISBUDPAR saya tidak ada masalah dengan itu karena itu sudah sangat membantu saya. (Wawancara dengan Yazid Hassan pada tanggal 11 Agustus 2019).

Selain melalui media online, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB juga mempromosikan wisata halal di Lombok melalui iklan atau advertising. Adapun periklanan atau advertensi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB dengan meluncurkan guide book, video promosi, dan kalender event. Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH selaku kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Saat ini kita sudah punya soft copy dari CD promosi pariwisata halal yang nanti kita tampilkan apabila ada acara-acara seperti International Halal Tourism Fair (IHTF) atau Arabian Travel Mart yang ada di Dubai. Didalam video itu ada budayanya, ada kulinernya, ada *craft*-nya, ada alamnya. Semua mencakup disitu di dalam video wisata halal tersebut. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Guide book yang dikeluarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sendiri memberikan gambaran tentang destinasi wisata di Lombok. Guide book ini dilengkapi dengan berbagai informasi terkait dengan tempat yang ingin dikunjungi seperti tempat wisata, hotel, restoran, serta rute perjalanannya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB sendiri mengeluarkan dua guide book, satunya berbahasa Indonesia satunya lagi menggunakan bahasa Inggris.

Gambar 3. 7. Guide Book (Versi Bahasa Indonesia)



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Gambar 3. 8. Guide Book (Versi Bahasa Inggris)



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Strategi promosi yang dipilih oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata cukup efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke NTB khususnya Lombok. Efektifitas promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bisa dilihat dari perkembangan kunjungan wisatawan yang berangsur-angsur pulih setelah Lombok dilanda bencana gempa

bumi beberapa waktu lalu. Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH kepala seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Sekarang ini setelah gempa sudah rada-rada pulih sudah ada geliat kebangkitan dari jumlah kunjungan wisatawan, kalau di compare dengan bulan yang sama tahun lalu masih jauh dari harapan tapi sudah masuk dari jumlah yang sudah diharapkan sebelumnya. Secara fasilitas kita sudah cukup bagus, tinggal sekarang bagaimana wisatawan ini lebih yakin untuk kembali datang ke Lombok. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).

Jika mengacu pada data kunjungan dari Dinas Pariwisata NTB memang untuk tahun 2018 sendiri ada penurunan yang sangat signifikan dari jumlah kunjungan wisatawan yaitu sebesar 19,85% dari jumlah kunjungan tahun 2017. Hal ini tentu merupakan dampak dari bencana gempa dahsyat yang melanda Lombok, namun saat ini berangsur-angsur pulih dan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjungpun semakin meningkat.

Tabel 3. 6. Perkembangan/Persentase Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi NTB Tahun 2014-2018

NO	TAHUN	WISMAN	WISNUS	JUMLAH	PERKEMBANGAN (%)
1	2014	752.306	876.816	1.629.122	20,00
2	2015	1.061.292	1.149.235	2.210.527	35,69
3	2016	1.404.328	1.690.109	3.094.437	39,99
4	2017	1.430.249	2.078.654	3.508.903	13,39
5	2018	1.204.556	1.607.823	2.812.379	-19,85

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB

Dari tabel diatas bisa dilihat bagaimana perkembangan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2014 sampai 2017 selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan baik asing maupun lokal mengalami penurunan sebesar 19,85% , ini tentu meleset dari perkiraan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB yang menargetkan jumlah kunjungan sebesar 4.000.000 jiwa namun karena adanya bencana gempa hanya terealisasi sebesar 2.812.379 jiwa.

Dengan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB bukan tidak mungkin pada tahun 2019 target 4.000.000 jiwa yang ditargetkan bisa dicapai. Ini bisa dilihat dari geliat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Lombok, seperti yang sebelumnya dijelaskan oleh Bapak H. Abdul Haris, SH selaku seksi analisis pasar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB:

Sekarang ini setelah gempa sudah rada-rada pulih sudah ada geliat kebangkitan dari jumlah kunjungan wisatawan, kalau di compare dengan bulan yang sama tahun lalu masih jauh dari harapan tapi sudah masuk dari jumlah yang sudah diharapkan sebelumnya. Secara fasilitas kita sudah cukup bagus, tinggal sekarang bagaimana wisatawan ini lebih

yakin untuk kembali datang ke Lombok. (Wawancara dengan Bapak H. Abdul Haris, SH pada tanggal 7 Agustus 2019).