

# Memetakan Pola Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Nusa Tenggara Barat untuk Pengembangan Bisnis Kepariwisata

## *Mapping Foreign Tourist Visitation Patterns to West Nusa Tenggara for Tourism Business Development*

Ira Fitri Indayani <sup>1</sup>, Lisna Ayu <sup>2</sup>, Amara Aulia <sup>3</sup>, Karina Juniarti Utami <sup>4</sup>, Herie Saksono <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Akuntansi Universitas Islam Al-Azhar, Mataram, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Al-Azhar, Mataram, Indonesia

### Abstrak

Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki keindahan alam, keunggulan sumber daya manusia, dan kekayaan budaya yang berlimpah sehingga menjadi daya tarik wisata. Kemajuan industri pariwisata telah menstimulasi tumbuhnya aneka jenis usaha dan ragam bisnis di berbagai sektor perekonomian. Kunjungan wisatawan mancanegara menjadi titik awal dimulainya bisnis. Potensi ini harus diidentifikasi dan dipetakan agar mampu membuka ruang usaha baru serta memberi kualitas layanan kepariwisataan yang prima, ultima, dan optima serta berkelanjutan. Diharapkan melalui studi ini para pemangku kepentingan kepariwisataan dapat memformulasikan strategi pengembangan bisnis kepariwisataan. Studi ini berupaya memetakan pola kunjungan turis asing yang berwisata ke NTB. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan fokus pada pengukuran laju kunjungan wisatawan mancanegara per bulan sejak 2015-2022. Data sekunder kunjungan wisatawan mancanegara diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Dinas Pariwisata Provinsi NTB. Hasil analisis membuktikan terjadinya fluktuasi kunjungan wisatawan mancanegara ke NTB. Sejak 2015-2019, menunjukkan tren peningkatan kunjungan yang cukup signifikan. Namun, pada 2020-2022 terjadi penurunan drastis yang diakibatkan pandemi COVID-19. Ditemukan pula adanya pola kunjungan musiman pada bulan-bulan puncak, yakni: Juli, Agustus, November, dan Desember. Pola ini idealnya dicermati agar dapat segera disusun strategi untuk mempromosikan keunikan sumber daya kepariwisataan yang sejatinya telah menjadikan NTB sebagai daya tarik utama bagi wisatawan mancanegara. Pada akhirnya, esensi data kunjungan wisatawan mancanegara telah menginspirasi Pemerintah, Pemerintahan Daerah, dan pemangku kepariwisataan untuk berinovasi, menyiapkan strategi pemasaran, mempromosikannya secara digital, dan melakukan diversifikasi produk wisata. Pada, bulan sepi kunjungan dapat dimanfaatkan untuk membenah infrastruktur, fasilitas publik, dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mengutamakan kelestarian lingkungan, ketahanan ekonomi, sosial, dan budaya.

**Tanggal Diajukan**  
21 April 2024

**Tanggal Diterima**  
27 Mei 2024

**Tanggal Diterbitkan**  
3 Juni 2024

**Penulis Korespondensi**  
Lisna Ayu  
[ayulisna033@gmail.com](mailto:ayulisna033@gmail.com)

© Penulis 2024



Karya ini dilisensikan di bawah lisensi CC BY-NC-SA 4.0. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

### Kata Kunci

Memetakan Pola Kunjungan; Wisatawan Mancanegara; Pengembangan Bisnis; Kepariwisata; Nusa Tenggara Barat.

**Abstract**

*West Nusa Tenggara (NTB) has natural beauty, superior human resources, and abundant cultural riches, making it a tourist attraction. The progress of the tourism industry has stimulated the growth of various types of businesses and various business sectors in different economic sectors. Visits from foreign tourists are the starting point for starting a business. This potential must be identified and mapped to be able to open new business spaces and provide excellent, ultimate, optimal, and sustainable quality tourism services. Through this study, tourism stakeholders can formulate tourism business development strategies. This study seeks to map the visiting patterns of foreign tourists visiting NTB. The approach used is quantitative with a focus on measuring the rate of foreign tourist visits per month from 2015-2022. The Central Statistics Agency and the NTB Provincial Tourism Office obtained secondary data on foreign tourist visits. The results of the analysis prove that there are fluctuations in foreign tourist visits to NTB. Since 2015-2019, it has shown a quite significant trend of increasing visits. However, in 2020-2022 there was a drastic decline due to the COVID-19 pandemic. It was also found that there was a seasonal visiting pattern in the peak months, namely: July, August, November and December. Ideally, this pattern should be scrutinized so that strategies can be immediately developed to promote the unique tourism resources that have made NTB a major attraction for foreign tourists. In the end, the essence of data on foreign tourist visits has inspired the Government, Regional Government, and tourism stakeholders to innovate, prepare marketing strategies, promote them digitally, and diversify tourism products. During the quiet months, visitors can be used to improve infrastructure, public facilities, and services in tourism destinations that prioritize environmental sustainability, and economic, social, and cultural resilience.*

**Keywords**

*Mapping Visitation Patterns; Foreign Tourists; Business Development; Tourism; West Nusa Tenggara.*

## 1. Pendahuluan

Seperti yang dilihat saat ini, perkembangan pariwisata terutama di Nusa Tenggara Barat perlu diperhatikan keseimbangan antara peningkatan kapasitas masyarakat lokal, peningkatan kapasitas pulau, infrastruktur pendukung, dan kearifan lokal untuk mencapai pariwisata berkelanjutan (Hailuddin dkk., 2022). Menurut Wahyuni dan Rahmawati (2021) Indonesia mempunyai keanekaragaman pulau yang tersebar di berbagai wilayah salah satunya Pulau Nusa Tenggara Barat, khususnya di Pulau Lombok. Begitu menjelajahi potensi pulau-pulau terutama pulau-pulau yang lebih kecil dan melakukan usaha perencanaan infrastruktur daerah berdasarkan potensi dan masyarakat lokal. Salah satu sektor pembangunan yang dapat dikembangkan di pulau-pulau kecil adalah pariwisata. Melalui pengembangan di pariwisata, pemerintah berharap dapat memberikan pengaruh positif yang maksimal (Triyasningrum dkk., 2023). Saat ini, sektor pariwisata menjadi andalan penting dalam hal pembangunan suatu negara atau daerah. Dengan pariwisata, suatu kawasan di mana objek wisata tersebut berada akan memperoleh manfaat ekonomi dan sosial yang cukup besar karena berdampak masyarakat lokal. Keberadaan desa wisata di tengah kepopuleran wisata konvensional. Hal ini penting karena dianggap sebagai jalan keluar dari dampak negatif pariwisata massal. Pada dasarnya, desa wisata dimulai untuk mendukung kerangka pro-rakyat di mana manfaat pariwisata juga harus dimanfaatkan untuk semua lapisan masyarakat. Hal ini dipicu oleh kondisi di mana pariwisata hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu yang memiliki modal finansial melimpah (Nugroho & Asriadi, 2020). Pulau Lombok memiliki keindahan dan destinasi wisata yang sangat diminati wisatawan asing. Setiap tahun terdapat ribuan sampai jutaan wisatawan asing yang berkunjung ke Pulau Lombok dan para wisatawan sangat senang dengan keindahan Lombok bahkan ada wisatawan asing yang rela tinggal di Pulau Lombok karena keindahannya. Pulau Lombok tidak diragukan lagi karena banyak tempat-tempat dan destinasinya yang membuat semua wisatawan asing terpujau oleh keindahan alamnya. Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok sering kali menemui kesulitan dalam hal transportasi. Di sisi lain masih kurangnya keterampilan berbahasa asing penduduk lokal sehingga menyulitkan dalam berkomunikasi dengan wisatawan. Wisata di Pulau Lombok juga belum banyak memiliki akses jalan yang bagus untuk menuju tempat wisata. Selain itu, wisatawan asing masih minim menyadari kebersihan di tempat wisata. Karena kunjungan wisatawan asing dari tahun ke tahun semakin meningkat. Peningkatan ini dapat memicu wisatawan asing yang ingin berkunjung ke Pulau Lombok semakin banyak. Menurut Isnaini dan Hasbi (2020), kunjungan tempat wisata yang berhubungan dengan kawasan lingkungan, alam, sejarah, budaya, cerita rakyat zaman dulu yang menjadi ciri khas seperti cerita yang populer di kalangan Masyarakat Sasak, yaitu Cerita Putri Nyale dan menggunakan adat istiadat budaya seperti *peresean*, *nyesek*, *Bau Nyale*, dan lain-lain. *Sport tourism* akan memiliki kontribusi dalam pengembangan kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat berdampak pada pembangunan ekonomi. Menurut Hidayat dkk. (2018), pariwisata di suatu daerah terutama di Nusa Tenggara Barat tidak hanya diuntungkan untuk memajukan suatu daerah, melainkan pula memiliki tugas dan fungsi yang berbeda. Kelebihan kawasan ini dibanding kawasan lain yaitu bisa secara bersamaan mendatangkan pengunjung mancanegara atau lokal dan investor. Serta bertambah pasti letak Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi destinasi wisata nasional dan internasional, ada yang bertujuan melakukan investasi di bidang kepariwisataan, hal ini perlu diperhatikan jika ingin melakukan studi sejauh mana lapangan usaha yang berada di kawasan pariwisata yang sudah memiliki keterlibatan asosiasi melalui kawasan pariwisata (Widiyanti, 2016).

Studi ini berupaya mengeksplorasi pola kunjungan wisatawan mancanegara dengan cara melihat tren jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Provinsi NTB. Pada akhirnya, studi ini ingin mengetahui hal apa yang seharusnya dilakukan untuk pengembangan usaha (*tourism business*), terutama untuk formulasi strategi pemasaran, diversifikasi produk, dan pemberian layanan secara prima, ultima, dan optima di bulan-bulan favorit bagi para wisatawan untuk berkunjung ke NTB.

## 2. Metode

Studi ini berupaya mengidentifikasi dan memetakan pola kunjungan wisatawan melalui pendekatan kuantitatif untuk melihat tren numeriknya berdasarkan data kunjungan wisatawan mancanegara menurut bulan kedatangannya terhitung mulai Januari 2015 hingga Desember 2022. Data ditabulasi dan dihitung laju pertumbuhannya dalam kurun waktu 7 tahun agar dapat diamati kecenderungan atau pola kunjungannya. Obyek studi adalah kunjungan wisatawan mancanegara dengan lokus di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

Data sekunder yang digunakan bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Nusa Tenggara Barat. Data diperkuat dengan data kunjungan wisatawan mancanegara yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Analisis Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*), orang dari suatu negara lain di luar Indonesia yang akan melakukan kunjungan wisata yang mendatangi suatu negara lain, tidak dari negara asal mereka. Wisatawan asing yang datang berkunjung di sebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat sebagai wisman (Jumaidin, 2022). Pulau Lombok yang merupakan salah satu bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Barat juga menjadi salah satu tujuan kunjungan wisman untuk berwisata yang memiliki pesona keindahan alam, fauna, flora, sumber daya alam yang indah, keunikan budaya lokal, bahasa lokal, dan keunikan seni budaya dari masing-masing tempat wisata. Lombok menjadi sumber daya utama dan kekayaan alamnya yang besar bagi aktivitas perkembangan pariwisata di setiap daerah. Agar terjadinya pertumbuhan ekonomi tidak hanya dari masyarakat lokal saja tapi pemerintah daerah setempat ikut andil dalam pengembangan wisata, membangun komitmen, membenahi regulasi, dan mendorong ekonomi kreatif. Karena hal ini dapat melonjak keberadaan ekonomi kreatif memotivasi pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing daerah serta internasional. Untuk mencapai hal tersebut masyarakat dan pemerintah daerah perlu bekerja sama untuk mempromosikan dan memfasilitasi produk-produk untuk dikenalkan kepada wisatawan baik secara langsung maupun media sosial (Saksono, 2012). Dari hasil yang di dapatkan wisatawan asing dapat memengaruhi ekonomi suatu daerah terutama daerah yang memiliki pariwisata. Selain mempengaruhi ekonomi suatu daerah, wisatawan memberikan peluang lowongan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Serta dapat menambah investasi asing yang ada di Pulau Lombok. Menunjukkan jika daerah di wisata dilakukan berbasis ekonomi biru yang berintegrasi dengan program atau kegiatan yang dibuat hal tersebut menjadi nilai tambah bagi perekonomian daerah, berdaya saing, dan bermanfaat untuk pembangunan daerah wisata kepulauan (Saksono, 2013).

Dari penelitian terdahulu yang mengadakan aktivitas pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok Tengah dapat memberikan dampak bagi masyarakat dalam perubahan perkembangan ekonomi masyarakat yang sebelumnya dalam kategori pertanian dan perikanan saat ini berkembang dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat dalam faktor pariwisata (Haris & Ningsih, 2020). Wisatawan asing juga bisa memberikan dampak positif bagi orang-orang yang ada di sekitar tempat wisata. Saat ini potensi pariwisata telah memperoleh daya tarik, besar sebagai salah satu faktor dalam meningkatkan kondisi perekonomian suatu daerah. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan salah satu potensi bisnis dunia yang paling prospektif dan dinamis (Kurniati & Suryanto, 2023). Hasil pokoknya adalah setiap tahun jumlah wisatawan asing yang berkunjung selalu meningkat tetapi menurun lagi saat adanya COVID-19 melanda Indonesia, khususnya Lombok. Dilatar belakangi oleh keindahan wisata yang ada di Pulau Lombok, sehingga para wisatawan tertarik. Salah satunya Sirkuit Mandalika berdampak pada perubahan struktur perekonomian masyarakat. Di dalam kawasan sekitar kawasan sirkuit Mandalika terjadi peralihan dari lahan pertanian atau Perkebunan ke sektor perdagangan dan jasa, sehingga menciptakan peluang usaha bagi masyarakat lokal dan orang asing yang datang (Aulad & Manzilati, 2023). Selain untuk menambah pendapatan pemerintah, kunjungan wisatawan asing juga

dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat khusus di daerah yang dekat dengan pariwisata. Pariwisata menjadi aktivitas berkunjung ke tempat yang akan dituju atau yang banyak diminati oleh wisatawan agar perjalanan mereka menjadi menyenangkan. Jadi untuk mencapai harapan semoga perjalanan yang dilakukan mendapatkan kesan yang baik, memuaskan dan membantu pelaku usaha yang ada di tempat wisata dalam memberikan pelayanan yang baik berupa fasilitas seperti akomodasi dan transportasi atau pelayanan yang diberikan dengan menjadi *tour guide* di kawasan pariwisata (Kuswandi, 2020). Saat melangsungkan perjalanan yang paling terpenting bagi wisatawan yaitu apa saja informasi atau manfaat yang di dapatkan dari tempat yang dikunjungi serta fasilitas-fasilitas apa saja yang didapatkan sebelum wisatawan melakukan perjalanan. Hal ini menjadi penting karena pada saat pertama kali wisatawan datang maka yang pertama menjadi tujuan adalah akomodasi yang akan menjadi tempat tinggal sementara wisatawan dan transportasi selama perjalanan wisata, karena jika sudah terpenuhi wisatawan tidak perlu khawatir mengenai kebutuhan utama setelah perjalanan jauh (Sugianto, 2022). Menurut Permadi dkk. (2021), Pemerintah Kabupaten Lombok Barat menyadari bahwa pariwisata sangat penting untuk mendukung perkembangan perekonomian suatu wilayah. Berikut beberapa di antaranya kebijakan pemerintah daerah yang mendukung pariwisata. Visi Tempat Wisata di Kabupaten Lombok Barat Office pada tahun 2015–2019 merupakan deskripsi yang menunjukkan masa depan itu ingin dicapai dan gambaran Visinya dan Misi Kabupaten Lombok Barat Pemerintahan pada tahun 2015–2019. kebijakan pemerintah daerah, baik NTB Pemerintah Provinsi dan Lombok Barat Pemerintah Kabupaten, menunjukkan perkembangan desa wisata yang fokus pada beberapa desa dengan kategori yang dimiliki Pemerintah Provinsi bertekad. Identifikasi menunjukkan bahwa hampir seluruh kabupaten di Lombok Barat mempunyai desa yang memiliki potensi menjadi desa wisata yang banyak dikunjungi wisatawan mancanegara.

Tabel 1. Dinamika Kunjungan Wisatawan Asing Ke Provinsi NTB Tahun 2015-2022

Bulan	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Laju (%)
Januari	40.927	57.298	78.209	89.234	50.877	15.120	777	1.841	(35,7937)
Februari	45.912	64.278	89.217	101.756	56.451	12.294	641	2.143	(35,4538)
Maret	43.871	61.419	86.033	97.902	62.446	9.413	956	3.429	(30,5207)
April	72.100	100.940	109.733	181.329	103.557	70	771	1.904	(40,4978)
Mei	77.112	107.957	134.649	192.006	124.903	145	777	5.628	(31,1974)
Juni	93.176	130.446	171.054	199.177	155.387	138	697	8.695	(28,7389)
Juli	196.433	271.197	194.677	206.813	181.002	302	797	14.612	(31,0102)
Agustus	109.526	153.335	199.885	1.412	196.508	459	1.010	24.335	(19,3372)
September	137.250	192.150	137.889	33.443	122.668	244	1.104	16.035	(26,4142)
Oktober	70.248	90.494	128.451	25.120	132.891	610	1.033	14.848	(19,9104)
November	50.279	83.866	90.452	25.110	153.663	448	1.961	14.994	(15,8735)
Desember	74.312	90.948	92.396	51.254	210.438	739	1.366	18.075	(18,2875)
<b>Total</b>	<b>1.011.146</b>	<b>1.404.328</b>	<b>1.512.645</b>	<b>1.204.556</b>	<b>1.550.791</b>	<b>39.982</b>	<b>11.890</b>	<b>126.539</b>	<b>(25,6881)</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Data Diolah. 2024.

Mencermati [Tabel 1](#), semakin nyata terjadinya pergerakan wisatawan asing yang melakukan kunjungan ke Provinsi NTB. Data menunjukkan terjadinya peningkatan setiap tahun semenjak 2015-2019. Data menampilkan adanya 4 (empat) waktu/bulan kunjungan terfavorit yang menjadi waktu puncak (*peak time*), di mana terjadi lonjakan jumlah turis mancanegara, yakni: Juli, Agustus, November, dan Desember. Artinya, kunjungan wisatawan mancanegara justru paling banyak terjadi pada bulan-bulan dan waktu potensial tersebut.

Sekalipun terjadi fluktuasi dalam kurun waktu 2015-2022, namun data kunjungan turis mancanegara ke Provinsi NTB menunjukkan tren yang meningkat dari tahun ke tahun, terutama di bulan Juli dan Agustus. Bila pada 2015, terdapat 1.011.146 wisatawan yang berkunjung ke Provinsi NTB, dan pada 2020 terjadi penurunan drastis, maka secara perlahan pada 2022 (pasca pandemi COVID-19) sudah mulai terjadi peningkatan jumlah wisatawan.

Seiring terjadinya pandemi COVID-19 (17 Desember 2019 sampai dengan akhir 2022), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan secara signifikan. Hal ini terjadi di seluruh dunia dan dialami oleh seluruh pelaku kepariwisataan global. Bila diukur sejak tahun 2015 hingga akhir tahun pengamatan (2022), maka laju pertumbuhan wisatawan dalam kurun waktu 2015-2022 masih menunjukkan penurunan signifikan. Namun, bila dicermati sejak 2020-2022, telah terjadi pemulihan kunjungan dengan tren yang semakin meningkat dari tahun ke tahun dalam 3 (tiga) tahun terakhir.

Mengunjungi NTB berarti memilih destinasi wisata yang memiliki keunikan tinggi. Sebab, dalam masing-masing pulau besar (P. Lombok dan P. Sumbawa) terdapat keindahan alam yang memadukan kontur geografis pegunungan, perbukitan, dataran rendah, lembah, pesisir pantai, laut, air terjun, sungai, dan pulau-pulau kecil lainnya. Dalam setiap obyek wisata alam, selalu terkandung potensi yang dapat dikembangkan lagi melalui inovasi.

Pesona wisata yang ditawarkan pun mencakup kekayaan ragam budaya, tradisi, dan adat-istiadat disertai karya kriya, atraksi budaya, hingga kuliner khas yang bernuansa lokal sebagai warisan secara turun-temurun. Akumulasi keindahan alam dan kekayaan budaya menjadikan NTB sebagai lokasi kepariwisataan strategis, terutama dengan perbaikan infrastruktur, aksesibilitas, dan konektivitas yang secara bertahap dilakukan secara kolaboratif oleh Pemerintah dan Pemerintahan Daerah di Provinsi NTB.

Patut diakui bahwa pasca pandemi COVID-19, kepariwisataan NTB masih menghadapi kendala promosi untuk membangkitkan kembali minat berkunjung para wisatawan ke NTB. Melalui potret kunjungan wisatawan, dapat diketahui adanya bulan-bulan potensial kunjungan wisatawan mancanegara. Dalam konteks ini, pembangunan jejaring (*network*) dan strategi pemasaran berbasis digital harus semakin intensif, masif, dan diperluas penggunaannya. Pemerintah perlu memfasilitasi dan mengencangkan kembali kerja sama antar pemangku kepentingan kepariwisataan, terutama dalam penciptaan diversifikasi produk dan pengembangan 7A.

Di sisi lain, masih harus dilakukan pembenahan atas berbagai fasilitas, pelayanan, dan jasa sektor kepariwisataan yang sempat terhenti selama kurun waktu 2020-2022 karena adanya pembatasan yang diberlakukan di seluruh dunia. Karenanya, penciptaan inovasi yang melahirkan kebaruan dalam kemasan produk wisata tematik menggunakan teknologi digital menjadi keniscayaan. Begitu pula dengan pengelolaan destinasi dan obyek wisata baru yang wajib mengedepankan perlindungan kesehatan wisatawan, keharmonisan manusia dengan lingkungannya, serta menjaga budaya dan kearifan lokal.

Pertimbangan ini menjadi pilar penjaga yang sepatutnya diatur dalam regulasi/kebijakan agar destinasi wisata yang dibangun memiliki faktor pembeda dan nilai jual tinggi, sehingga lebih mengoptimalkan potensi kepariwisataan, menjamin terselenggaranya pariwisata berkelanjutan, dan lebih mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan analisis di atas penurunan kunjungan wisman dikarenakan oleh COVID-19 yang melanda Indonesia khusus nya Pulau Lombok pada saat itu. Pada saat Sirkuit Mandalika di bangun pengunjung

wisatawan mancanegara meningkat pesat. Pada tahun 2020 hingga awal 2022 pada saat COVID-19 melanda Indonesia khususnya Pulau Lombok, kunjungan wisatawan asing yang datang ke Pulau Lombok menurun drastis dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Mandalika menjadi tempat pengembangan destinasi super prioritas yang bisa dilihat dengan dibangunnya berbagai tempat wisata. Yang baru saja menjadi topik pembicaraan adalah mengenai pembangunan Sirkuit Mandalika yang dimulai dibangun pada tahun 2019, dan diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo, tujuan dari dibuatnya Sirkuit Mandalika menjadikan Mandalika sebagai lokasi balap internasional pertama di Indonesia (Munir dkk., 2022), namun semenjak Sirkuit Mandalika resmi di buka oleh Presiden Joko Widodo yang diresmikan pada tanggal 12 November 2021 di mana terletak pada daerah Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat yang di beri nama “Pertamina Mandalika Internasional Street Circuit”. Pada saat diresmikannya sirkuit Mandalika bukan hanya kunjungan wisatawan Asing yang berkunjung ke Pulau Lombok namun, pendapatan pemerintah daerah juga meningkat akibat diresmikannya sirkuit Mandalika. Mandalika memiliki citra positif yang kuat sebagai destinasi wisata prioritas. Jumlah kunjungan wisatawan diharapkan dapat ditingkatkan melalui strategi komunikasi pariwisata. Strategi komunikasi pariwisata pada destinasi prioritas Mandalika dilatarbelakangi oleh potensi wisata alam dan budaya yang beragam dari segi peluang dan potensi daya tarik wisatawan mancanegara (dari Malaysia, Timur Tengah, Singapura, Australia, Jepang) serta wisatawan lokal. Karena itu untuk mencapai tujuan penelitian agar membuat strategi komunikasi Bahasa asing di Kawasan wisata destinasi prioritas Mandalika, melalui *branding* pariwisata Lombok, Nusa Tenggara Barat (Kuswandi, 2020). Dari faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan penurunan dan kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara ke Pulau Lombok, Karena adanya COVID-19, dan dapat meningkat pesat karena adanya meningkat nya pariwisata yang ada di Lombok yang dilakukan oleh pemerintah. Pemerintah telah mempromosikan pariwisata Nusa Tenggara Barat melalui media sosial tahun terakhir.

Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat telah menggerakkan sektor wisata halal di Barat Nusa Tenggara agar segera pulih akibat dampak COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat caranya Upaya pemerintah dan pelaku usaha setempat memperbaharui dengan cara mempromosikan di media sosial terutama di Twitter, Instagram, dan *website* (Kurniawan & Qodir, 2022). Pariwisata menjadi salah satu faktor yang penting dalam Pembangunan di Mandalika, menjadikan destinasi prioritas untuk di kunjungi ada banyak hal yang dapat di nikmati yaitu, wisata keindahan alam, wisata adat istiadat, wisata budaya lokal, dan wisata halal. Keanekaragaman tersebut menjadi potensi, keunikan, dan daya tarik wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal jika ingin berkunjung ke Mandalika (Astuti, 2021). Inovasi menjadi salah satu sarana untuk memperkenalkan kawasan industri pariwisata salah satunya yaitu wisata tenun tradisional yang berada di Desa Rembitan dan Desa Sukarara memperkenalkan pada wisatawan asing tentang pentingnya pelestarian budaya tradisional, para pelaku usaha menunjukkan bahwa mereka dapat melakukan inovasi melalui peningkatan kualitas produk, perbaikan proses produksi, dan pemasaran digital, wisata tenun dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan wisatawan dapat mengambil Gambaran mengenai pentingnya pelestarian budaya tradisional di suatu daerah tempat wisata (Fitri dkk., 2023). Tenun menjadi salah satu wisata populer yang mengangkat tradisi tradisional secara turun menurun salah satunya di Desa Rembitan Kabupaten Lombok Tengah, inovasi yang sudah dilakukan seperti penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* untuk meningkatkan pemasaran produk unik dan lebih dikenal wisatawan asing yang belum berkunjung, akan berkunjung, dan sudah berkunjung (Utami & Saksono, 2023). Potensi yang diusung para penggiat pariwisata semakin mempertegas posisi dan peran mereka sebagai penyedia jasa pariwisata. Bagaimana mereka menarik kunjungan wisatawan, melayani, dan memberikan pengeluaran yang berharga bagi wisatawan dan masyarakat lokal (supply-driven). Potensi alam dan budaya ini didasarkan pada kearifan lokal masyarakat yang terdapat pada destinasi wisata di Lombok. Perpaduan keindahan alam dan keragaman budaya masyarakat dapat meningkatkan kedekatan atau interaksi langsung dengan masyarakat lokal, serta memberikan nilai tambah

tersendiri yang dapat menjadi sumber semangat utama dalam menjalankan kegiatan industri pariwisata di Lombok (Pratama dkk., 2020). Dengan kekayaan alam dan budaya yang ada, Pulau Lombok menjadi penopang terbesar masyarakat untuk terus eksis, mampu melestarikan, dan memperkenalkan kearifan lokal. Agar dapat terus berjalan efektif, diperlukan komitmen dan kerja sama keberlanjutan pihak terkait yaitu masyarakat, tokoh masyarakat dapat berperan sebagai penyaring dan dalam suatu kawasan tujuan wisata. Banyaknya potensi wisata yang ada di Pulau Lombok yang berbasis kearifan lokal dapat lebih ditingkatkan lagi dengan adanya keterlibatan masyarakat lokal yang ada, bersama-sama dengan pemerintah untuk mengembangkan.

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil yang di dapatkan, wisatawan asing dapat memengaruhi ekonomi suatu daerah terutama daerah yang memiliki pariwisata. Selain memengaruhi ekonomi suatu daerah, wisatawan juga dapat menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dapat disimpulkan bahwa wisatawan asing sangat berpengaruh bagi masyarakat sekitar, selain untuk membuka lapangan pekerjaan namun juga kita dapat mengenalkan budaya-budaya kita kepada mereka agar mereka tahu bagaimana indahnya budaya kita. Selain itu wisatawan asing sangat berpengaruh untuk menjadikan wisata kita terkenal sampai ke seluruh dunia. Kita harus meningkatkan kualitas pariwisata di Lombok dengan berbagai upaya yang kita bisa agar wisatawan asing selalu mau berkunjung ke Pulau Lombok.

Dalam konteks pengembangan pariwisata di Pulau Lombok, diperlukan keseimbangan antara manfaat ekonomi pariwisata dengan perlindungan lingkungan dan keadilan sosial. Sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan *stakeholder* terkait diperlukan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di Pulau Lombok secara berkelanjutan.

Kunjungan wisatawan mancanegara telah membentuk pola yang berorientasi musim atau bulan-bulan tertentu seperti Juli, Agustus, November, dan Desember. Hal ini menjadi informasi berharga, terutama bagi para pengusaha dan pelaku kepariwisataan di NTB agar dapat mempersiapkan upaya terbaiknya untuk memberikan layanan bagi para turis asing sehingga mereka semakin tertarik dan bersedia memperpanjang masa inapnya. Di satu sisi, para pemangku kepentingan kepariwisataan dapat merumuskan agenda kepariwisataan yang berkelanjutan dan menguntungkan, penerapan strategi pemasaran dan promosi wisata, pemberian produk dan layanan kepariwisataan yang berpusat pada kualitas penerima manfaat wisata, khususnya pada bulan-bulan puncak kedatangan turis asing.

Sekalipun sempat mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19, namun menanjaknya angka kedatangan turis asing dalam 3 (tiga) tahun terakhir mengindikasikan potensi besar yang dipengaruhi oleh keberhasilan promosi wisata dan perbaikan tata kelola kepariwisataan daerah.

Pola kunjungan yang terbentuk dapat dijadikan acuan bagi para pengusaha dan pelaku kepariwisataan dalam menyiapkan produk wisata inovatif-kreatif, unik dan berbeda, serta khas karena memanfaatkan keindahan alam dan kekayaan budaya sesuai preferensi pasar yang menciptakan strategi-kompetitif. Karena itu, penting melakukan disrupti, inovasi, dan diversifikasi produk wisata untuk memperbarui dan meningkatkan daya saing kepariwisataan di NTB.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Herie Saksono yang telah memberikan materi Penulisan Persuasif Ide Bisnis pada Mata Kuliah Pengantar Bisnis Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Al-Azhar. Selain itu, kami menyampaikan penghargaan kepada kak Karina Juniarti Utami yang telah berkenan membimbing dan memperkenalkan cara menyusun Karya Tulis Ilmiah (KTI) yang layak dipublikasikan.

## Referensi

- Astuti, M. T. (2021). Tourism Communication Strategy in the Mandalika Destination Priority of Lombok, Central Lombok District Province of West Nusa Tenggara. *International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS)*, 90–101. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i6.9182>
- Aulad, A., & Manzilati, A. (2023). Implications of the Development of the Mandalika Circuit for the Economic and Social Community. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(3), 92–101. <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i3.2501>
- Fitri, S. E., Pranastari, M. A., Indarti, D. M., Savira, E. M., Andari, T., Aprilani, T. L., Utami, K. J., Putri, N., Manoby, W. M., Putra, I. R. A. S., & Saksono, H. (2023). Illuminating Tradition Through Innovation: Transforming Traditional Woven Tourism in Smart Tourism in Central Lombok Regency. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 207–220. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.207-220>
- Hailuddin, H., Suryatni, M., Yuliadi, I., Canon, S., Syaparuddin, S., & Endri, E. (2022). Beach Area Development Strategy As the Prime Tourism Area in Indonesia. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2), 414–426. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).11)
- Haris, A., & Ningsih, N. H. I. (2020). Impact of Tourism on Community Development and Income in Kuta Mandalika Beach Kuta Village, Pujut District, Central Lombok. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 4(3), 353–362. <https://doi.org/10.58258/jisip.v4i3.1225>
- Hidayat, R., Awaluddin, M., & Candra, C. (2018). Implementasi Kebijakan Pariwisata Halal di NTB (Studi Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Provinsi NTB No. 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal). *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 6(2), 85–92. <https://doi.org/10.31764/jiap.v6i2.645>
- Isnaini, L. M. Y., & Hasbi, H. (2020). Peran Sport Tourism dalam Pengembangan Ekonomi di NTB. *Lembing PJKR: Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi*, 4(2), 27–32. <https://unu-ntb.e-journal.id/lembing/article/view/13>
- Jumaidin, J. (2022). Implementasi Atraksi Wisata Halal Pasca-Pandemi COVID-19 (Studi Kasus di Desa Wisata Kuripan Selatan). *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 158–175. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5903>
- Kurniati, P. S., & Suryanto, S. (2023). Tourism Development Policy Based on Digital Economy in Lombok National Tourism Destination. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(1), 85–92. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i1.1074>
- Kurniawan, C., & Qodir, Z. (2022). Analysis of Efforts to Recovery Halal Tourism After the COVID-19 Pandemic Through Twitter: A Case Study of West Nusa Tenggara. *Proceedings of International Conference on Communication Science*, 1(1), 35–40. <https://doi.org/10.29303/jiccsproceeding.v1i1.3>
- Kuswandi, A. (2020). Strategi Pemerintah Daerah dalam Pembangunan Pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government dalam Demokrasi*, 8(2), 90–113. <https://doi.org/10.34010/agregasi.v8i2.3817>
- Munir, U., Sizi, B. R. C., & Dewi, A. P. (2022). The Impact of the World Superbike (WSBK) 2022 Event on Tourism Policy in West Nusa Tenggara. Dalam *Proceedings of the International Conference on Sustainable Innovation on Humanities, Education, and Social Sciences (ICOSI-HESS 2022)* (hlm. 128–137). Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-65-7\\_13](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-65-7_13)
- Nugroho, M. S., & Asriadi, L. (2020). Potensi dan Problematika Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Jurit Baru di Kabupaten Lombok Timur). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 63–70. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i1.31>
- Permadi, L. A., Retnowati, W., Muttaqillah, Rusminah, Oktaryani, G. A., Tara, N. A. A., & Septiani, E. (2021). Analysis of Tourism Village Development in West Lombok Regency. *Proceedings of the 18th International Symposium on Management (INSYMA 2021)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210628.036>
- Pratama, A. A., Busaini, B., & Saufi, A. (2020). Content Analysis in Determining the Sustainability Potential of Lombok Tourism Industry. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(8), 216–227. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i8.1845>
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 04(02), 93–104. <https://doi.org/10.21787/JBP.04.2012.93-104>
- Saksono, H. (2013). Ekonomi Biru: Solusi Pembangunan Daerah Berciri Kepulauan Studi Kasus Kabupaten Kepulauan Anambas. *Jurnal Bina Praja*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.21787/jbp.5.2013.1-12>
- Sugianto, S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 1(2), 48–59. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i2.14>

- Triyasningrum, S. M. D., Suskarwati, S. U., & Sagala, A. J. C. (2023). Perilaku Non Verbal Tour Guide Lombok Sebagai Komunikasi Antarbudaya dalam Berinteraksi dengan Wisatawan Asing. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 140–147. <https://doi.org/10.31602/jm.v6i2.12839>
- Utami, K. J., & Saksono, H. (2023). Tenun Rembitan Go Digital: Merajut Masa Depan dengan Inovasi. *Kainawa: Jurnal Pembangunan & Budaya*, 5(1), 65–75. <https://doi.org/10.46891/kainawa.5.2023.65-75>
- Wahyuni, S., & Rahmawati, R. (2021). Analisis Potensi Pariwisata Syariah di Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus Pantai Lawata di Kota Bima). *Jurnal Ar-Ribh*, 4(1), 62–75. <https://doi.org/10.26618/jei.v4i1.5214>
- Widiyanti, B. L. (2016). Analisis Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sentra Kerajinan Mutiara Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat dengan Konsep Desa Wisata. *SMART #1: Seminar on Architecture Research and Technology*, 1, 17–25. <https://smartfad.ukdw.ac.id/index.php/smart/article/view/54>