



.....
**OPTIMALISASI PERAN MASYARAKAT DALAM MENGELOLA SARANA HUNIAN
PARIWISATA DI KEK MANDALIKA KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Oleh

Rizal Kurniansah^{1*}, Masrun², Siti Hamdiah Rojabi³

^{1,2,3}Universitas Mataram

E-mail: ¹rizalkurniansah@unram.ac.id, ²masrun@unram.ac.id, ³rojabish@unram.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta merumuskan upaya-upaya yang diperlukan agar masyarakat dapat lebih efektif dalam mengelola *Sarana Hunian Pariwisata* (Sarhunta) di KEK Mandalika. Jenis penelitian yaitu kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara terstruktur kepada para informan seperti pengelola sarhunta, akademisi, dan dispar lombok tengah, penentuan informan menggunakan purposive sampling, metode pengumpulan data lainnya yaitu studi pustaka, dan dokumentasi serta menganalisis data menggunakan analisis SWOT (*strength weakness, opportunity, and threat*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sarhunta di KEK Mandalika memiliki beberapa keunggulan, seperti lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai, layanan yang ramah dan personal, serta reputasi yang baik di kalangan wisatawan. Namun, ada juga beberapa kelemahan yang perlu diatasi, termasuk keterbatasan dana, promosi yang kurang efektif, dan keterampilan sumber daya manusia yang masih terbatas. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat antara lain peningkatan tren wisata lokal dan autentik, dukungan pemerintah, kemajuan teknologi dan pemasaran digital, serta peningkatan pariwisata domestik. Di sisi lain, ancaman yang perlu diantisipasi meliputi persaingan yang ketat, risiko bencana alam, isu keamanan, dampak lingkungan, dan potensi perubahan fungsi Sarhunta menjadi hunian pribadi. Upaya yang diperlukan dalam mengoptimalkan pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika yaitu Pertama, dengan memaksimalkan lokasi strategis di KEK Mandalika, Pengembangan usaha lanjutan, dan Memanfaatkan tren wisata lokal. Kedua, Meningkatkan reputasi untuk menghadapi persaingan usaha dan antisipasi isu lingkungan. Ketiga, yaitu dengan cara peningkatan keterampilan pengelola Sarhunta dan pengelolaan dana dan promosi. Keempat, yaitu dengan cara mencegah penurunan fungsi Sarhunta dan mitigasi dampak bencana dan keamanan.

Kata Kunci: Sarhunta, KEK Mandalika, optimalisasi, SWOT, Akomodasi

PENDAHULUAN

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, yang berlokasi di Kuta, Lombok Tengah, merupakan salah satu dari 18 kawasan yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memperkecil kesenjangan pembangunan di seluruh negeri. KEK Mandalika meliputi area seluas 1.03567 hektar yang menawarkan berbagai atraksi wisata alam maupun buatan. Salah satu ikon utama di kawasan ini adalah Pertamina Mandalika International Street

Circuit, sebuah sirkuit internasional sepanjang 4,31-kilometer, yang mulai dibangun pada tahun 2019 dan resmi dibuka pada 12 November 2021. Sirkuit ini telah menjadi tuan rumah event MotoGP yang diselenggarakan selama 10 tahun berdasarkan kontrak dengan Dorna Sport.

Pengembangan KEK Mandalika dan pelaksanaan acara internasional tersebut telah memberikan dampak langsung pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat lokal. Salah



.....
satu inisiatif pemerintah untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat adalah pembangunan Sarana Hunian Pariwisata (Sarhunta), yang diprakarsai oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), (1,2). Tujuan dari program Sarhunta ini adalah untuk meningkatkan kualitas hunian masyarakat di sekitar kawasan KEK Mandalika agar lebih layak huni, serta memberikan alternatif akomodasi bagi wisatawan dengan memanfaatkan rumah-rumah yang telah diperbaiki sebagai *homestay*, (3). Langkah ini juga diharapkan dapat mendorong perekonomian masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19.

Di KEK Mandalika Kabupaten Lombok Tengah, pembangunan Sarhunta dimulai dari tahun 2022. Sebanyak 817 unit Sarhunta telah dibangun oleh Kementerian PUPR, terdiri dari 517 unit di sepanjang koridor utama menuju kawasan Mandalika dan 300, (4) unit lainnya yang difungsikan sebagai *homestay* atau usaha lainnya untuk mendukung sektor pariwisata. Pengembangan Sarhunta ini dirancang untuk mengantisipasi peningkatan jumlah wisatawan, terutama pada saat perhelatan *event-event* besar seperti MotoGP. Namun, sebagian besar masyarakat penerima manfaat dari program ini masih relatif baru dalam mengelola akomodasi, dan banyak dari mereka menghadapi keterbatasan pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola Sarhunta secara profesional. Mereka juga harus bersaing dengan pengelola akomodasi lain yang lebih berpengalaman, termasuk hotel-hotel berbintang.

Selain itu, masyarakat belum optimal dalam memasarkan Sarhunta kepada calon wisatawan. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran bahwa Sarhunta tidak akan mampu bersaing dengan akomodasi lainnya yang telah lebih dulu mapan di kawasan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan berbagai kajian untuk mencari solusi yang dapat mengoptimalkan peran masyarakat dalam mengelola Sarhunta sehingga mereka mampu

bersaing dan meningkatkan perekonomian lokal secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman. Serta merumuskan strategi efektif yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pengelola Sarhunta di KEK Mandalika seperti wawasan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola Sarhunta, sehingga dapat bersaing dengan akomodasi lain dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Penelitian di KEK Mandalika sendiri sebagian besar mengangkat topik tentang *homestay*, hal tersebut cukup beralasan karena sebagian besar masyarakat pun merubah nama dari sarhunta menjadi *homestay* tapi tidak ada data yang valid terkait berapa jumlah sarhunta yang merubah nama menjadi *homestay*. Secara umum, pengelolaan akomodasi yang dilaksanakan oleh masyarakat di KEK Mandalika butuh pengembangan lebih lanjut karena berdasarkan hasil analisis atau temuan oleh peneliti sebelumnya didapatkan hasil bahwa pengelolaan akomodasi diperlukan pemasaran lebih lanjut dengan berbagai strategi yang memadai seperti pemahaman terhadap posisi pesaing dan perubahan citra hotel dengan konsep *re-branding*. Kedua, dengan memanfaatkan aspek fisik hotel sebagai bahan promosi dan pemasaran, memberlakukan pengetahuan keuangan, pengalaman masa lalu, dan nilai yang dijalankan (*value sharing*). Strategi ketiga adalah dengan menerapkan kemampuan (*capability*) dari MHA dengan memfokuskan pada jejaring (*networking*) dan respon terhadap TI (5).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dengan studi pendahuluan,



perumusan masalah, dan penentuan tujuan serta metode penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga menyusun instrumen yang akan digunakan, seperti observasi, wawancara terstruktur, studi pustaka, dan dokumentasi.

Tahap kedua yaitu data dikumpulkan di lapangan melalui observasi langsung ke lokasi penelitian (KEK Mandalika), wawancara dengan informan kunci, serta pengumpulan dokumen terkait. Teknik wawancara dilakukan secara terstruktur dengan memilih informan melalui metode purposive sampling, yang mencakup pemilik Sarhunta, pihak pemerintah, serta akademisi. Tahap ketiga yaitu data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan klasifikasi data yang diperoleh sesuai dengan pertanyaan penelitian. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi faktor internal. Sedangkan peluang dan ancaman menjadi faktor eksternal, (6) dalam pengelolaan Sarhunta oleh masyarakat. Dari hasil analisis SWOT ini, peneliti merumuskan berbagai strategi untuk mengelola sarhunta dengan cara yang lebih efektif dengan mengkombinasikan antara faktor internal dan faktor eksternal dalam 4 komponen rumusan strategi SWOT yaitu Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), dan Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), (7).

HASIL DAN PEMBAHASAN

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam mengelola sarhunta di kawasan ekonomi khusus (KEK) Mandalika. Analisis SWOT membantu pengelola memahami keunggulan dan kekurangan internal mereka, serta mengenali peluang dan

ancaman dari lingkungan eksternal. Berikut uraian tentang analisis SWOT dalam pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika:

1. *Strengths* (Kekuatan).

Kekuatan adalah faktor-faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi pengelola sarhunta di KEK Mandalika. Keunggulan ini mencakup berbagai aspek, seperti:

A. Berlokasi di Wilayah Yang Strategis.

Lokasi adalah salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan sebuah tempat penginapan. Keberadaan sirkuit serta berbagai daya tarik wisata lainnya seperti Pantai Kuta, Pantai Aan, Pantai Mawun di Mandalika menjadi kekuatan tersendiri. Keberadaan sarhunta ikut memberikan support terhadap jalannya aktivitas kepariwisataan di KEK Mandalika yang saat ini memang masih membutuhkan akomodasi dengan jumlah yang cukup banyak. Jumlah sarhunta di KEK Mandalika yaitu 300 unit sarhunta, dari jumlah tersebut telah memberikan dampak yang signifikan terhadap jalannya kepariwisataan serta meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

B. Fasilitas yang Memadai.

Untuk mendukung jalannya operasional pelayanan sarhunta di KEK Mandalika yang baik dan lebih profesional, pemerintahpun membangun sarhunta tidak hanya fisik saja, tetapi telah melengkapinya dengan berbagai fasilitas tambahan untuk mendukung operasional sarhunta yang dikelola oleh masyarakat sendiri seperti tempat tidur, fasilitas pendingin udara (AC) dan kipas angin, toilet, meja, kursi, dan beberapa amenities tambahan untuk tamu. Selain itu, untuk menambah income dari sarhunta sendiri, masyarakat telah menambah berbagai unit usaha lainnya seperti laundry dan penyewaan mobil dan motor.

C. Layanan yang Ramah dan Personal.

Untuk mewujudkan pelayanan yang ramah dan lebih personal kepada tamu, masyarakat



pengelola sarhunta di KEK Mandalika secara aktif mengikuti berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun instansi pendidikan yang berada di Lombok Tengah. Dari keikutsertaannya tersebut, masyarakat telah mampu meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola sarhunta dengan baik serta dapat memberikan pelayanan yang secara profesional kepada wisatawan. Masyarakat juga telah memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan dengan ramah, penuh kehangatan, dan lebih personal.

D. Reputasi dan Ulasan Positif.

Sejalan dengan pemberian layanan yang ramah dan personal yang telah diciptakan oleh masyarakat pengelola sarhunta di KEK Mandalika, maka berdampak pula terhadap citra yang baik dari pengelolaan sarhunta tersebut. Secara umum masyarakat telah mampu memberikan pelayanan serta menyediakan berbagai fasilitas yang baik, hal tersebut tentu memberikan dampak akan terciptanya reputasi yang baik serta terdapat berbagai ulasan yang positif dari wisatawan yang pernah berkunjung di sarhunta yang dikelola oleh masyarakat di Mandalika. Yang disayangkan adalah tidak semua pengelola sarhunta memiliki akses pada platform online untuk menjual bisnis yang mereka kelola. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan platform online tersebut untuk melakukan pemasaran.

2. Weaknesses (Kelemahan).

Identifikasi kelemahan ini penting agar pengelola dapat mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika. Berbagai *Weaknesses* antara lain:

A. Keterbatasan Dana.

Salah satu kelemahan yang umum dihadapi oleh pengelola homestay adalah keterbatasan dana. Dana yang terbatas dapat membatasi kemampuan untuk memperbaiki atau memperluas fasilitas, melakukan

promosi, atau merekrut tenaga kerja yang lebih berkualitas. Begitupula yang dialami oleh beberapa pengelola sarhunta di Mandalika, kebutuhan akan akomodasi yang cukup tinggi setiap tahunnya di Mandalika membuat masyarakat belum dapat mengoptimalkan pengembangan sarhunta yang mereka miliki. Mereka yang telah berhasil mengelola sarhunta, ingin sekali menambah unit kamar serta penambahan fasilitas lainnya seperti kolam renang untuk meningkatkan kualitas sarhunta yang mereka kelola, tapi karena kekurangan dana, keinginan tersebut tidak terwujud, bahkan ada beberapa sarhunta tutup operasionalnya karena tidak memiliki dana yang.

B. Promosi yang Kurang Efektif.

Keterbatasan dalam melakukan promosi dan pemasaran juga sering menjadi kelemahan. Tanpa promosi yang efektif, sarhunta mungkin sulit untuk dikenal oleh calon tamu. Hal ini juga yang dialami oleh para pengelola sarhunta di Mandalika, masalah pemasaran menjadi tantangan tersendiri dan dapat menghambat terhadap pengembangan sarhunta. Masyarakat belum memiliki pemahaman dalam memasarkan sarhuntanya secara sepenuhnya, hal ini terjadi karena penguasaan dan pengetahuan masyarakat akan teknologi informasi yang masih kurang.

C. Kemampuan Sumber Daya Manusia.

Homestay sering dioperasikan oleh pemilik atau keluarga mereka, yang mungkin memiliki keterbatasan dalam kemampuan kerja dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Keterbatasan ini dapat mempengaruhi kualitas layanan, terutama saat jumlah tamu meningkat. Hal ini juga yang terjadi terhadap masyarakat pengelola sarhunta. Seperti pada poin B diatas, kemampuan penguasaan IT menjadi permasalahan utama dalam pengelolaan sarhunta, sehingga masyarakat belum dapat mengoptimalkan peran IT untuk memasarkan sarhunta yang dikelola. Selain itu, masyarakat masih



tekendala akan penguasaan bahasa asing salah satunya bahasa Inggris. Meskipun beberapa pengelola sarhunta mampu berbicara dalam bahasa Inggris, tetapi hanya pada percakapan tertentu saja seperti tentang pelayanan kamar, makanan dan minuman, serta laundry yang pada intinya terkait pelayanan sarhunta. Tapi kalau percakapannya diluar dari pelayanan sarhunta, maka masyarakat mengalami sedikit kesulitan untuk mengerti dan memahaminya.

3. *Opportunities* (Peluang).

Opportunities adalah faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja operasional sarhunta di Mandalika. Peluang tersebut antara lain:

A. Peningkatan Tren Wisata Lokal dan Autentik.

Pembangunan sarhunta di Mandalika pada umumnya dengan mengedepankan unsur-unsur lokal seperti rumah yang dibangun dengan bentuk rumah lumbung (rumah tradisional Lombok). Selain itu, peyananan makanan yang disediakan oleh masyarakat setempat merupakan makanan tradisional Lombok seperti bebalung, pelecing kangkung, dan lain-lain. Tentu makanan-makanan tradisional tersebut di kombinasikan dengan makanan tradisional Indonesia pada umumnya, sehingga memberikan berbagai macam pilihan menu bagi para tamu yang menginap.

B. Dukungan Pemerintah dan Program Pariwisata.

Pembangunan sarhunta di Mandalika memang menargetkan para masyarakat yang memiliki rumah dan layak untuk diberikan bantuan renovasi untuk dijadikan sarhunta. Tapi sayangnya adalah, dari semua masyarakat yang menerima bantuan sarhunta tersebut, sebagian besarnya tidak memiliki kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan sebuah akomodasi sarhunta, selain itu mereka juga tidak memiliki kemampuan dalam memberikan

pelayanan yang baik untuk tamu. Dari permasalahan tersebut, pemerintah Lombok Tengah beserta instansi lainnya seperti kampus poltekpar Lombok dan instansi swasta lainnya berperan aktif dalam mengadakan berbagai pelatihan, sosialisasi, penyuluhan, bahkan memberikan bantuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola sarhunta serta pemberian berbagai fasilitas tambahan bagi masyarakat.

C. Kemajuan Teknologi dan Pemasaran Digital.

Dari perkembangan teknologi informasi seperti saat ini, telah memberikan peluang sendiri bagi masyarakat pengelola sarhunta untuk dimanfaatkan sebagai media promosi akomodasi yang mereka miliki untuk mendatangkan para tamu. Platform online seperti Google, Traveloka dan media lainnya telah dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat. Meskipun begitu, tidak semua masyarakat pengelola memanfaatkan platform ini sebagai media promosi karena berbagai permasalahan, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan tentang tata cara memanfaatkan media teknologi informasi yang tersedia.

D. Peningkatan Pariwisata Domestik.

Pasca covid-19 tahun 2022 lalu, tingkat kunjungan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika terus mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena ketersediaan daya tarik wisata di KEK Mandalika yang sangat beragam dan menyuguhkan keindahan yang luar biasa. Dikutip dari Lombok Post (2024), Direktur utama ITDC Bapak Ari Respati menyatakan bahwa, jumlah kunjungan wisatawan ke Mandalika pada tanggal 8 hingga 18 April 2024 mencapai 47.786 orang, jumlah tersebut didominasi oleh wisatawan domestik mencapai 39.628 orang disusul oleh wisatawan mancanegara yaitu 4.403 orang. Tingginya kunjungan wisatawan domestik ini menjadi peluang tersendiri bagi



masyarakat pengelola sarhunta untuk menarik wisatawan domestik untuk menginap.

4. *Threats* (Ancaman).

Ancaman atau threats adalah faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat kinerja sarhunta di Mandalika. Berbagai ancaman yang berpotensi tersebut yaitu:

A. *Persaingan yang Ketat.*

Persaingan dalam industri akomodasi sangat ketat, terutama di kawasan yang populer di kalangan wisatawan. Homestay harus bersaing tidak hanya dengan homestay lain, tetapi juga dengan hotel, guesthouse, dan bentuk akomodasi lainnya. Persaingan ini dapat mempengaruhi tingkat hunian dan harga yang dapat ditawarkan oleh homestay. Hal ini pula yang dikhawatirkan oleh masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika. Dengan berkembangnya pariwisata di Mandalika tentu akan menarik banyak investor yang masuk untuk mengembangkan akomodasinya seperti hotel, villa, bungalow, maupun jenis akomodasi lainnya. Selain itu, fasilitas yang lengkap serta kemampuan pelayanan maupun harga yang mampu bersaing dengan akomodasi lainnya memberikan ancaman tersendiri bagi masyarakat setempat untuk bersaing dengan akomodasi-akomodasi tersebut.

B. *Isu Bencana Alam dan Keamanan.*

Isu bencana alam menjadi kekhawatiran bersama disuatu destinasi wisata, apalagi Indonesia berada di zona *ring of fire*, dan daerah tropis berpotensi dapat menimbulkan berbagai bencana alam dalam sewaktu-waktu dapat terjadi di destinasi wisata seperti gempa, tanah longsong, banjir, bahkan tsunami. Di KEK Mandalika 5 tahun terakhir ini selalu mendapatkan musibah banjir yang berdampak juga terhadap operasional sarhunta.

Isu keamananpun demikian, daerah wisata tentu memiliki potensi besar akan terjadinya berbagai bentuk kejahatan terhadap

masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung. Kejahatan yang umumnya terjadi adalah pencurian, narkoba, perdagangan orang, bahkan terorisme menjadi perhatian bersama untuk dapat diantisipasi oleh masyarakat, pemerintah maupun pihak keamanan.

C. *Dampak Lingkungan*

Isu lingkungan menjadi isu klasik yang pada umumnya terjadi diberbagai destinasi pariwisata Indonesia, isu sampah dan lingkungan menjadi permasalahan tersendiri dalam pengembangan destinasi wisata. Karena kesadaran diri dari masyarakat maupun wisatawanpun dalam menjaga lingkungan masih bisa dikatakan cukup rendah, (8–10). Berbagai permasalahan tersebut tentu dapat terjadi juga di Mandalika yang berpengaruh terhadap lingkungan yang ada di sekitar bangunan sarhunta. Dari hasil observasi langsung oleh tim peneliti memang masih terlihat beberapa spot yang masih terdapat sampah yang berserakan. Perlu adanya kesadaran bagi sesama dan perlu juga adanya pengelolaan sampah yang terintegrasi di Desa Kuta atau di destinasi pariwisata pada umumnya.

D. *Perubahan Fungsi Sarhunta.*

Perubahan fungsi dan tata kelola sarhunta di Mandalika menjadi ancaman tersendiri bagi masyarakat penerima bantuan. Pada awalnya bantuan ini berupa “bedah rumah” yaitu dengan merenovasi atau merubah rumah masyarakat menjadi rumah layak huni, yang menerima bantuan ini adalah masyarakat yang memang sebagian besarnya tidak memiliki dasar pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola akomodasi pariwisata. Jadi ketika masyarakat mendapatkan bantuan, mereka menjalankannya sebagai unit usaha. Tapi seiring berjalannya waktu, ada beberapa masyarakat penerima bantuan ini tidak menjalankan usahanya sebagaimana mestinya, bahkan masyarakat menjadikan



tempat tersebut sebagai tempat tinggal keluarganya masing-masing.

Tabel 1. Matrik Analisis SWOT Optimalisasi Peran Masyarakat Dalam Mengelola Sarhunta di Kek Mandalika.

IFAS EFAS	Strengths (S) 1. Berlokasi di wilayah yang strategis 2. Fasilitas yang memadai 3. Layanan yang ramah dan personal 4. Reputasi dan nilai positif	Weaknesses (W) 1. Keterbatasan dana 2. Promosi yang kurang efektif 3. Kemampuan sumber daya manusia.
	Opportunities (O) 1. Peningkatan tren wisata lokal dan domestik 2. Dukungan pemerintah dan program pariwisata 3. Kemajuan teknologi dan pemasaran digital 4. Peningkatan pariwisata domestik.	Strategi S-O 1. Memaksimalkan Lokasi Strategis di Kek Mandalika 2. Pengembangan Usaha Lanjutan 3. Memanfaatkan Tren Wisata Lokal
	Threats (T) 1. Persaingan yang Ketat 2. Bencana Alam dan Keamanan 3. Dampak Lingkungan 4. Perubahan Fungsi Sarhunta	Strategi S-T A. Meningkatkan Reputasi untuk Menghadapi Persaingan Usaha B. Antisipasi Isu Lingkungan
		Strategi W-T 1. Menegakkan Peraturan Fungsi Sarhunta 2. Mitigasi Dampak Bencana dan Keamanan

Sumber : Hasil Analisis Data Penelitian, 2024.

Optimalisasi Pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal dari analisis SWOT sebelumnya. Selanjutnya tim penulis telah merumuskan berbagai program yang efektif untuk mengelola sarhunta KEK Mandalika sebagai berikut:

1. Strategi Strengths-Opportunities (SO).

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi SO merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pemikiran objek, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dalam mengoptimalkan peran masyarakat dalam mengelola sarhunta di Mandalika. Rumusan strategi ini antara lain:

A. Memaksimalkan Lokasi Strategis di KEK Mandalika

Untuk diketahui bahwa keberadaan akomodasi penginapan di destinasi wisata tentu akan membawa dampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat, membuka lapangan kerja, serta dapat mendukung jalannya segala kegiatan kepariwisataan di destinasi tersebut, (11–13), tidak terkecuali diberbagai lokasi

strategis pariwisata di Indonesia, salah satunya KEK Mandalika. Kondisi tersebut harus dimanfaatkan dengan baik oleh berbagai *stakeholder* agar membawa dampak yang baik terhadap pengembangan usaha masing-masing.

Melihat kondisi tersebut, masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika dapat memanfaatkan kekuatan utama ini untuk mengoptimalkan pengembangan sarhunta masing-masing. Keberadaan sarhunta yang berlokasi dikawasan KEK Mandalika dengan kesediaan berbagai daya tarik wisata lainnya, tentu membawa dampak akan meningkatnya jumlah tamu yang menginap. Usaha lain yang dapat disediakan yaitu masyarakat dapat mengembangkan paket wisata terpadu yang menggabungkan penginapan di Sarhunta dengan kunjungan ke daya tarik wisata terdekat. Hal ini dapat membuka opsi untuk menambah unit usaha bagi masyarakat yang mengelola sarhunta di Mandalika.

B. Pengembangan Usaha Lanjutan.

Kebutuhan wisatawan ketika berkunjung di destinasi wisata sangat beragam, apalagi wisatawan tersebut harus menginap sehari-hari di destinasi tersebut, kebutuhan akan moda transportasi, makanan dan minuman, peralatan kegiatan wisata, dan lain sebagainya (14,15) sebaiknya tersedia dan dipersiapkan oleh pengelola di destinasi wisata. Begitu pula yang terjadi di Mandalika, kebutuhan wisatawan sangat beragam selama menginap, kebutuhan tersebut seperti kebutuhan akan makan dan minum, laundry, penyewaan kendaraan, paket wisata, dan penyewaan fasilitas untuk mendukung kegiatan wisata lainnya menjadi peluang tersendiri yang dapat di manfaatkan oleh masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika. Masyarakat dapat mengembangkan berbagai usaha usaha tersebut dengan baik agar menambah income yang diterima.



Selanjutnya, perlu juga ada berbagai usaha tambahan yang sejauh ini belum tersedia, usaha seperti restoran lokal yang menawarkan berbagai makanan dan minuman yang mencirikan budaya masyarakat lokal. Usaha penyewaan kendaraan dan usaha yang potensial sekali yaitu penyewaan peralatan kegiatan wisata di KEK Mandalika seperti peralatan snorkling, diving, surfing, dan penyewaan sepeda.

C. Memanfaatkan Tren Wisata Lokal.

Wisatawan dalam mengunjungi sebuah destinasi wisata tidak muluk hanya mengunjungi tempat yang penuh dengan kemewahan maupun mengandung modernitas di lokasi wisata yang dikunjungi. Tetapi banyak juga wisatawan yang memilih alternatif lain dengan berkunjung diberbagai tempat wisata seperti desa wisata maupun tempat wisata alternatif lainnya untuk menikmati budaya dan ciri khas masyarakat setempat, serta tempat-tempat yang masih otentik, (16,17).

Dengan melihat kondisi tersebut, masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika dapat mengoptimalkan pengelolaan sarhunta dengan mengedepannya unsur keaslian dan lokalitas baik dari bentuk bangunan, makanan dan minuman, maupun pelayanan lainnya. Masyarakat bisa menonjolkan pengalaman menginap yang lebih otentik dengan layanan khas lokal dan promosi melalui platform digital untuk menjangkau wisatawan yang mencari pengalaman unik tersebut. Selain itu, masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika dapat membentuk berbagai komunitas yang suatu waktu dapat diandalkan untuk mengadakan berbagai kegiatan seperti pentas seni, kolaborasi, serta membahas berbagai upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada para wisatawan.

2. Strategi *Strengths-Threats* (ST).

Strategi ST (*Strengths-Threats*), Strategi ST merupakan strategi yang

menggunakan kekuatan yang dimiliki sebuah destinasi wisata untuk mengatasi ancaman yang dihadapi oleh pengelola sarhunta di. Rumusan strategi ini antara lain:

A. Meningkatkan Reputasi untuk Menghadapi Persaingan Usaha

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini, pengelola perlu meningkatkan citra positif maupun membuat tempat bisnis memiliki reputasi baik, yang kita butuhkan adalah memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pelanggan kita. Kepercayaan pelanggan terhadap bisnis yang kita kelola, loyalitas pelanggan, dan keunggulan lainnya menjadi komponen untuk terciptanya citra dan reputasi yang baik, (18–20) sehingga kita mampu bersaing dengan pelaku bisnis lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka diperlukan peran yang berkelanjutan bagi pengelola sarhunta yang memiliki reputasi baik dari wisatawan dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan dan fasilitas, serta menjaga ulasan positif wisatawan. Berbagai paket khusus bisa ditawarkan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

B. Antisipasi Isu Lingkungan

Pengembangan destinasi wisata yang baik tentu harus memperhatikan kebersihan dan kualitas lingkungan yang selalu terjaga dengan baik. Terkadang kebersihan lingkungan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mau berkunjung ke destinasi tersebut. Desa Panglipuran Bali contohnya, desa ini menjadi tujuan wisata yang menarik karena kebersihan lingkungan yang selalu dijaga dengan baik, (21,22) bahkan desa panglipuran dianugerahi oleh UNESCO sebagai desa terbersih ketiga di dunia.

KEK Mandalika perlu memperhatikan kualitas lingkungan agar terciptanya desa yang aman, nyaman, bersih, dan indah. Kualitas tersebut dapat tercipta apabila ada partisipasi dan kolaborasi dari masyarakat



desa untuk mau terlibat langsung didalamnya. Selain itu, perlu ada regulasi khusus untuk dapat dipatuhi bersama oleh masyarakat sekitar untuk selalu menjaga lingkungan agar tetap bersih dan nyaman. Pemerintah Desa dapat berkolaborasi dengan instansi terkait seperti Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Lombok Tengah untuk mengangkut sampah di Desa Kuta Mandalika.

3. Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO).

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi WO ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Rumusan strategi ini antara lain:

A. Peningkatan Keterampilan Pengelola Sarhunta

Keberhasilan bisnis pariwisata ditentukan kemampuan pengelola dalam menjalankan operasional bisnisnya dengan baik. Kemampuan komunikasi, penguasaan teknologi informasi, memiliki relasi, dan memiliki pengalaman yang baik (23,24) tentu akan lebih mudah untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usaha bisnis.

Begitu pula yang dibutuhkan oleh masyarakat pengelola sarhunta di Mandalika, mereka perlu meningkatkan kemampuan mereka khususnya keterampilan berbahasa inggris dan penguasaan informasi teknologi yang baik. Dukungan pemerintah maupun instansi terkait dalam bentuk pelatihan dan sosialisasi sangat penting. Selain itu, masyarakat perlu kolaborasi antar pengelola bisnis agar yang berhasil dapat menularkan berbagai hal yang telah dilakukan kepada anggota lainnya yang masih membutuhkan bimbingan.

B. Pengelolaan Dana dan Promosi

Pengelolaan dana dan promosi merupakan dua aspek krusial dalam mengoptimalkan pengelolaan sarhunta oleh masyarakat di

Mandalika. Pengelolaan dana yang efektif melibatkan perencanaan keuangan yang baik, termasuk alokasi anggaran untuk pemeliharaan sarhunta, peningkatan fasilitas, dan pelatihan sumber daya manusia. Dana yang cukup dan dialokasikan dengan tepat memungkinkan pemilik sarhunta untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Selain itu, pengelolaan dana juga mencakup pengelolaan pendapatan dan pengeluaran secara transparan, sehingga keuangan sarhunta dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

Di sisi lain, promosi yang tepat sasaran sangat penting untuk menarik wisatawan ke sarhunta di desa wisata. Strategi promosi dapat meliputi penggunaan platform online seperti google, traveloka, dan media sosial lainnya yang dapat memasarkan bisnis sarhunta masyarakat. Kemitraan dengan agen perjalanan, serta partisipasi dalam pameran pariwisata menjadi strategi promosi lainnya bagi pengelola sarhunta. Dengan kombinasi pengelolaan dana yang baik dan strategi promosi yang efektif, sarhunta di mandalika dapat lebih optimal dalam menarik wisatawan, meningkatkan pendapatan, dan pada akhirnya berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal masyarakat setempat.

4. Strategi *Weaknesses-Threats* (WT)

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*), Strategi WT didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Rumusan strategi ini antara lain:

A. Mencegah Penurunan Fungsi Sarhunta

Untuk mengoptimalkan pengelolaan sarhunta di Mandalika, mencegah penurunan fungsi sarhunta sangat penting. Salah satu upaya utama adalah melakukan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas dan infrastruktur sarhunta. Pemeliharaan ini mencakup perawatan bangunan, kebersihan, serta perbaikan fasilitas yang rusak agar



tetap dalam kondisi prima. Selain itu, perlu adanya pelatihan berkala bagi pengelola sarhunta untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam melayani wisatawan. Pengelola sarhunta juga perlu menjaga standar pelayanan agar sesuai dengan harapan wisatawan, yang mencakup keramahan, kebersihan, dan kenyamanan. Dengan menjaga kualitas layanan dan infrastruktur, Sarhunta dapat terus berfungsi optimal, sehingga sarhunta tetap menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman lokal di desa wisata.

B. Mitigasi Dampak Bencana dan Keamanan

Mitigasi dampak bencana dan keamanan merupakan langkah penting dalam mengoptimalkan pengelolaan sarhunta di Mandalika. Upaya mitigasi dimulai dengan melakukan penilaian risiko untuk mengidentifikasi potensi bencana alam yang dapat terjadi di sekitar sarhunta, seperti banjir, gempa bumi, atau tanah longsor. Berdasarkan penilaian ini, pemilik sarhunta dapat mengembangkan rencana tanggap darurat yang mencakup prosedur evakuasi, penyediaan jalur evakuasi yang jelas, serta penyediaan alat-alat keselamatan seperti alat pemadam api, kotak P3K, dan jalur komunikasi darurat. Selain itu, pelatihan simulasi bencana bagi pengelola sarhunta dan masyarakat setempat sangat penting untuk memastikan kesiapsiagaan dalam menghadapi situasi darurat. Keamanan wisatawan juga perlu diperhatikan dengan mengimplementasikan langkah-langkah pencegahan seperti pemasangan sistem keamanan seperti CCTV, lampu penerangan di area sarhunta, serta penetapan aturan keamanan yang jelas bagi tamu dan pengelola. Informasi terkait langkah-langkah keamanan ini juga perlu disampaikan kepada tamu saat mereka tiba, agar mereka merasa aman dan nyaman selama menginap.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis SWOT sebelumnya, diketahui bahwa upaya efektif yang dapat dilakukan dalam mengelola Sarhunta melibatkan beberapa strategi kunci. Pertama, masyarakat dapat mengoptimalkan lokasi strategis Sarhunta yang dekat dengan berbagai daya tarik wisata utama di KEK Mandalika dengan mengembangkan paket wisata terpadu yang menarik bagi wisatawan. Kedua, pengelola Sarhunta dapat mengembangkan usaha-usaha pendukung seperti restoran lokal yang menyajikan makanan khas Lombok, penyewaan kendaraan, dan penyediaan fasilitas untuk kegiatan wisata. Ketiga, masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan Sarhunta, khususnya dalam penggunaan teknologi informasi dan penguasaan bahasa asing. Keempat, pengelolaan dana yang lebih efektif dan strategi promosi yang lebih kuat, seperti pemanfaatan platform digital dan media sosial. Kelima, menjaga reputasi yang baik melalui layanan berkualitas tinggi dan manajemen risiko yang baik, terutama terkait dengan bencana alam dan isu keamanan. Dengan implementasi strategi-strategi ini, diharapkan pengelolaan Sarhunta di KEK Mandalika dapat lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sagala P. Perencanaan Sarana Hunian Pariwisata (Homestay) Di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Danau Toba, Desa Lumban Gaol, Kabupaten Toba Samosir - Sumut. 2021;1(2):12–8.
- [2] Utomo, Silfia. The Impact of the Tourism Housing Facilities Program (Sarhunta) on Improving the Economy of the Ngadisari Village Community , Probolinggo Regency (using the Social Return on Investment (SROI) method). 2023;6(1):141–50.



- [3] Kurniansah R, Hakim J. Dinamika Pengelolaan Sarhunta Oleh Masyarakat Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Tengah-Indonesia. *Media Bina Ilm.* 2024;18(8):2065–76.
- [4] Rizal K dkk. Pelatihan Pengelolaan Sarana Hunian Pariwisata (Sarhunta) Bagi Masyarakat Desa Kuta Kabupaten Lombok Tengah. *J Pengabd Mandiri.* 2016;2(5):1–23.
- [5] Mahsar L. Strategi Pemasaran Hotel & Homestay Pada Masa Transisi Covid-19 Di Kek-Mandalika Lombok. *J Ilm Hosp.* 2019;10(1).
- [6] Zouni G, Gkoukoulitsas T. Tourism Marketing Strategies Incorporating Both Tourists and Tourism Professionals: The Case of Thessaloniki, Greece. In: *Advances in Science, Technology and Innovation [Internet].* 2019. p. 161–5. Available from: https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85091240340&doi=10.1007%2F978-3-030-10804-5_16&partnerID=40&md5=d8b5b016906873719ad013f38cc50a52
- [7] Goranczewski B, Puciato D. SWOT analysis in the formulation of tourism development strategies for destinations. *Turyzm/Tourism.* 2011;20(2):45–53.
- [8] Saputra H, Azizah YW. AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal 1109. *J Ilmu Pendidik Non Form [Internet].* 2023;09(2):1109–14. Available from: <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- [9] Sidabutar DK, Hidayat R. Pengaruh Pengelolaan Lingkungan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Kampung Wisata Sawah. *Ekon Keuangan, Investasi dan Syariah.* 2023;4(4):1207–12.
- [10] Rachmat S. Tingkat kesadaran wisatawan terhadap lingkungan di wana wisata Batu Kuda Kabupaten Bandung Rachmat Syam. *J Ilm Akunt dan Keuang [Internet].* 2022;4(5). Available from: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- [11] Yuninata D. Analisa Pembangunan Akomodasi Penginapan Terhadap Pariwisata Berkelanjutan Desa Dieng Kulon. *J Manaj Perhotelan dan Pariwisata.* 2023;6(2):353–60.
- [12] Sugiarto. Analysis of the relationship of tourist accommodation with sustainable tourism in Banyuwangi. *J Hosp dan Pariwisata [Internet].* 2024;10(1):16–22. Available from: <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>
- [13] Yusuf I, Hadi TS. Studi Literatur : Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perubahan Lahan. *Pondasi.* 2020;25(2):157.
- [14] Sarim. Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *J Hosp dan Pariwisata [Internet].* 2017;Vol.3(2):294–374. Available from: <http://journal.ubm.ac.id/>
- [15] Wardana. Identifikasi Kebutuhan Sarana Dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Pengunjung Di Pantai Sipelot Kabupaten Malang. *J Kepariwisataaan.* 2018;17(3):2.
- [16] Satriawati Z, Prasetyo H. Kajian Minat Masyarakat Terhadap Pariwisata Alternatif Dan Wisata Pedesaan Melalui Google Trends. *Kepariwisataaan J ... [Internet].* 2023;17:18–26. Available from: <http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepawisataaan/article/view/198>
- [17] Sholihah T. Pengaruh Tren Pariwisata Alternatif Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial (Studi Pada Destinasi Ekowisata Di Yogyakarta). 2020;21(1):1–9.
- [18] Angela N, Ketut SI. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Citra Merek Perusahaan terhadap Kepuasan Pembeli Pada Terapi Nuga Best Tahun 2020: The



- Influence Of Company Reputation And Company Brand Image On Buyer Satisfaction On The Best Nuga Therapy In 2020. *Arthaniti Stud.* 2021;2(1):65–71.
- [19] Majid N. Peran Reputasi Perusahaan dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan Maskapai Penerbangan. *J Ilmu Sos Manajemen, Akunt dan Bisnis.* 2020;1(2):66–72.
- [20] Panggalo D. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. *J BISNIS KEWIRAUSAHAAN.* 2020;9(1):40–52.
- [21] FH F. Budaya Perilaku Bersih Di Desa Penglipuran Bali. *J Sociol Reflektif.* 2020;15(1):149.
- [22] Wibowo A. Strategi Pengelolaan Desa Wisata Penglipuran Kabupaten Bangli. *Public Inspir J Adm Publik.* 2019;4(2):91–6.
- [23] Mashuri M, Eryana E, Ezril E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA J Ilm Ekon Kita.* 2019;8(1):138–54.
- [24] Suwinardi S. Langkah Sukses Memulai Usaha. *Orbith Maj Ilm Pengemb Rekayasa dan Sos.* 2019;14(3):195.