

PEMULIHAN SDM PARIWISATA TERDAMPAK BENCANA PASCABENCANA GEMPA BUMI LOMBOK-SUMBAWA

Riecha Fatma Puspitasarie¹⁾, Worry Mambusy Manoby²⁾, Adi Utomo³⁾,
Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri ^{1),2)}
Sekretariat Kementerian Pariwisata³⁾
riecha2504@gmail.com

ABSTRAK

Bencana alam merupakan peristiwa yang tidak dapat diprediksi kapan dan di mana datangnya. Pada 29 Juli dan 5 Agustus 2018, Lombok-Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, yang menjadi salah satu destinasi wisata unggulan Indonesia, dilanda gempa bumi berkekuatan hingga 7 skala richter. Peristiwa itu melumpuhkan hampir semua sendi kehidupan, tidak terkecuali sektor pariwisata. Sebagai kementerian yang membidangi urusan kepariwisataan, Kementerian Pariwisata berperan utama dalam pemulihan destinasi wisata di Lombok-Sumbawa. Salah satu strateginya adalah memulihkan SDM pariwisata, yang terdiri atas orang yang bekerja di sektor pariwisata hingga masyarakat sekitar destinasi wisata. Metode lain yang dilakukan adalah melalui strategi promosi dan perbaikan destinasi yang akhirnya berdampak pada kembali berdenyutnya aktivitas pariwisata untuk dinikmati oleh masyarakat sekitar, khususnya menyangkut perekonomian.

Kata kunci: bencana alam, pariwisata, pemulihan

PENDAHULUAN

Lombok adalah daerah berupa pulau yang berada di bagian barat Kepulauan Nusa Tenggara, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Provinsi NTB memiliki sepuluh kabupaten dan beribu kota di Mataram. Pulau Lombok berluaskan 5.435 kilometer persegi dan dikenal dengan sebutan Pulau Seribu Masjid. Terdapat lebih dari 3.700 masjid besar dan 5.100 masjid kecil yang tersebar di 518 desa di Lombok (kicknews.today, 2017). Selain itu, Lombok juga terkenal akan destinasi pariwisatanya. Pulau yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Barat ini digadang-gadang menjadi salah satu objek wisata yang menyaingi popularitas Bali. Spot destinasi wisata lain yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berlibur di Lombok adalah Gili Trawangan, Gili Meno, Gili Air, Air Terjun Kerta Gangga, dan tentunya Gunung Rinjani (Pratiwi, 2018).

Lombok menjadi daerah wisata yang tidak hanya terkenal di kalangan wisatawan lokal, tetapi juga wisatawan mancanegara sebagai andalan pariwisata untuk menggerakkan perekonomian daerah Provinsi Nusa Tenggara. Dari data Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Nusa Tenggara Barat, Pendapatan Asli Daerah (PAD) 60% berasal dari sektor pariwisata. Capaian PAD ini menunjukkan bahwa industri pariwisata adalah penggerak utama perekonomian NTB.

Peristiwa yang tidak dapat diprediksi kapan dan di mana datangnya telah menimpa Lombok. Gempa bumi berkekuatan 6,4 skala richter (SR) pada 29 Juli 2018 yang disusul gempa yang lebih besar pada 5 Agustus 2018 berkekuatan 7 SR terjadi di pulau ini (Manoby, Saksono, Radianto ASP, & Utomo, 2019).

Untuk memulihkan kondisi Lombok pascabencana tentu diperlukan langkah mitigasi dan tanggap darurat. Pemulihan tentu dilakukan dengan memberikan bantuan kemanusiaan yang harus dilakukan sesegera mungkin. Pemerintah pusat dan lembaga



lainnya seperti swasta, LSM, dan donor bantuan baik dari dalam maupun luar negeri tentu bertindak cepat untuk memperbaiki kondisi ini. Bencana gempa bumi yang bisa dikategorikan cukup besar ini telah melumpuhkan sektor ekonomi, budaya, hukum, dan sosial kemasyarakatan di Lombok. Mengingat Lombok adalah daerah destinasi wisata yang menjadi unggulan, baik di level lokal maupun mancanegara, sektor pariwisata harus menjadi salah satu sasaran pemulihan utama pascabencana agar Lombok mampu bangkit dari keterpurukan pascabencana.

Kementerian Pariwisata sebagai kementerian yang membidangi urusan pariwisata tentu harus berperan utama dalam pemulihan pariwisata di Lombok, NTB. Dengan menggunakan indikator kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang datang melalui pintu Bandara Internasional Lombok, Bandara Ngurah Rai Bali, dan bandara lainnya terlihat kedatangan wisatawan mengalami penurunan yang drastis. Penurunan kunjungan wisatawan ini tentu merupakan indikator yang menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Lombok menurun.

Data pada Tabel 1 menunjukkan dampak kerugian potensi kehilangan wisatawan mancanegara dalam kurun waktu satu bulan (6 Agustus – 6 September 2018) sekitar 100.000 wisatawan dengan dampak ekonomi yang terjadi sebesar USD 100 juta, dengan asumsi satu wisatawan mancanegara mengeluarkan USD 1.000 per kunjungan.

Tabel 1. Kedatangan Wisatawan Pasca Gempa Lombok (Agustus-September)

| Keterangan | Seharusnya | Realiasi | Dampak |
|------------|------------|-----------|---------|
| Nasional | 1.550.000 | 1.450.000 | 100.000 |
| Bali | 660.000 | 580.000 | 80.000 |
| Lombok | 13.000 | 3.000 | 10.000 |
| Pintu Lain | 610.000 | 600.000 | 10.000 |

Sumber: Bagian Manajemen Krisis Kepariwisata, KEMENPAR

Dari potensi kerugian hingga USD 100 juta tersebut dan kondisi konstruksi, seperti atraksi, akses, dan amenitas di destinasi wisata Lombok yang rusak akibat gempa dapat dikatakan bahwa Lombok sedang dilanda krisis kepariwisataan. Atraksi adalah produk utama dari sebuah destinasi. Atraksi wisata mencakup daya tarik alam, budaya, buatan/artificial, seperti *event* atau yang sering disebut sebagai minat khusus (Sunaryo, 2013). Aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting dalam aksesibilitas meliputi denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat wisata, biaya transportasi, dan banyaknya kendaraan ke tempat wisata (Sunaryo, 2013). Amenitas adalah tersedianya fasilitas-fasilitas dasar atau pendukung yang berada di objek wisata yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menikmati kegiatan wisata, misalnya restoran, tempat ibadah, toko-toko souvenir dan cinderamata, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, fasilitas kesehatan, dan fasilitas keamanan (Suwantoro, 2004).

METODE KEGIATAN

Metode pemulihan sumber daya manusia (SDM) pariwisata mencakup orang yang bekerja di sektor pariwisata hingga masyarakat sekitar destinasi wisata, yaitu dengan *Trauma Healing* dan Relaksasi Bidang Keuangan. Metode lain yang dilakukan adalah melalui strategi promosi dan perbaikan destinasi yang berdampak pada pemulihan sektor pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pemulihan SDM pariwisata terdampak bencana akan dijelaskan dalam bagian hasil dan pembahasan ini. Penulis hanya akan menjelaskan detail kegiatan pemulihan yang mempunyai dampak langsung terhadap pemulihan SDM pariwisata terdampak bencana pasca gempa bumi Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Trauma Healing SDM Pariwisata dan Masyarakat di Destinasi Wisata

Program *trauma healing* dilakukan untuk memulihkan kembali mental pekerja pariwisata dan masyarakat ke kondisi normal. Kurangnya perhatian pada penanganan korban bencana alam, khususnya upaya pemulihan trauma di setiap bencana alam yang terjadi di Indonesia, merupakan masalah yang belum ditangani secara serius dan efektif, padahal trauma dapat menyebabkan masalah besar dalam kehidupan pascabencana alam (Nugroho, R, Rengganis, & Wigati, 2013). Dengan diadakannya program *trauma healing* ini diharapkan masyarakat, pelaku, dan industri wisata dapat pulih kembali dari dampak psikologis akibat bencana gempa bumi.

Program *trauma healing* dilaksanakan di empat lokasi berbeda. Pada 12–13 September 2018 dilaksanakan di Senggigi dengan peserta sejumlah 500 orang yang mempunyai latar belakang sebagai pegawai/tenaga kerja hotel. Pada 15–16 September 2018 dilaksanakan di Gili Trawangan dengan peserta sejumlah 500 orang yang mempunyai latar belakang sebagai pegawai/tenaga kerja hotel. Pada 12–13 September 2018 dilaksanakan di Sembalun dengan peserta sejumlah 350 orang yang mempunyai latar belakang pegawai/tenaga kerja hotel. Pada 12–13 September 2018 dilaksanakan di Mataram dengan peserta sejumlah 250 orang yang mempunyai latar belakang pegawai/tenaga kerja hotel. Total seluruh peserta *trauma healing* pascabencana di Lombok adalah 1600 orang. Narasumber kegiatan ini berasal dari TNI, Basarnas, dan Kepolisian.

Relaksasi Keuangan

Bencana alam dapat menyebabkan kredit macet karena debitor tidak mampu membayar angsuran kredit yang telah disepakati dalam perjanjian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya penanggulangan kredit macet di daerah wisata yang tertimpa bencana alam (Marwah, 2019). Relaksasi di bidang keuangan sampai dengan Desember 2018 berupa mendapatkan fasilitas tidak membayar bunga dan angsuran pinjaman, serta tambahan modal usaha. Demikian juga dengan relaksasi di utilitas dasar, seperti air, listrik, dan telepon.

Selain itu, ada juga peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam relaksasi keuangan. Sebagai lembaga yang berwenang mengatur dan mengawasi sektor jasa keuangan dalam kaitannya dengan perlindungan debitor, OJK berperan sebagai regulator dalam penetapan restrukturisasi kredit. Hal itu tertuang dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 45/POJK.03/2017 tentang perlakuan khusus terhadap kredit atau pembiayaan bank bagi daerah tertentu di Indonesia yang tertimpa bencana alam (Marwah, 2019).

Pemulihan Atraksi, Akses, dan Amenitas (3A)

Untuk memulihkan SDM pariwisata dan pariwisata itu sendiri di Lombok pasca gempa bumi juga diperlukan pemulihan 3A, yaitu atraksi, akses, amenities. Atraksi adalah daya tarik destinasi, akses adalah sarana dan prasarana untuk mencapai destinasi wisata, dan amenities adalah fasilitas dasar atau pendukung di destinasi wisata itu sendiri. Pemulihan 3A ini merupakan elemen yang sangat penting, bahkan elemen utama dalam pengembangan sektor pariwisata.



Pemulihan atraksi di antaranya dilakukan dengan rehabilitasi kerusakan terumbu karang di tiga gili dan jalur treking Rinjani. Rehabilitasi terumbu karang di tiga gili berkoordinasi dengan UPT Dinas Kelautan dan Perikanan. Terdapat kerusakan di tiga lokasi selam yang menjadi daya tarik utama di tiga gili berupa karang patah. Tingkat kerusakan dan luasan di spot selam tersebut tidak signifikan. Terumbu karang di lokasi tersebut tidak ada yang mengangkat ke permukaan (*uplift*). Rehabilitasi ini dilakukan pada bulan Desember 2018 dan dapat memulihkan terumbu karang di tiga gili (Manoby *et al.*, 2019, p. 7).

Pemulihan akses di antaranya perbaikan fasilitas aksesibilitas di Gili Trawangan yang dilakukan dengan merehabilitasi dermaga Ponton Apung dan dermaga Gili Trawangan. Kegiatan itu berkoordinasi dengan Kementerian Perhubungan. Pembangunan juga dilakukan terhadap jalan lingkaran/lingkungan Gili Trawangan. Pembangunan jalan lingkaran sepanjang 9 km didanai melalui Dana Alokasi Khusus Kementerian Pekerjaan Umum dan 2 km oleh APBD Kabupaten Lombok Utara. Lebar badan jalan yang sebelumnya 3 meter akan diperlebar menjadi 7 meter yang dibagi menjadi tiga jalur, yaitu jalur pejalan kaki, jalur sepeda, dan jalur cidomo. Rehabilitasi lain yang dilakukan menyangkut aksesibilitas, di antaranya pembuatan jalur pejalan kaki/jalan setapak yang rusak di Desa Wisata Sade, Kecamatan Sengkol, dan Kecamatan Sembalun yang merupakan desa wisata (Manoby *et al.*, 2019, p. 8).

Pemulihan amenitas meliputi rehabilitasi dan rekonstruksi yang dilakukan terhadap pasar seni, *homestay*, lampu jalan, dan fasilitas dasar pendukung lainnya di Lombok. Pembangunan amenitas, di antaranya pembangunan sanitasi 3R (*reduce, reuse, recycle*) dan penggunaan *incinerator* untuk mengolah residu sampah sehingga hanya diperlukan penambahan lahan seluas 1 ha (hangar 100m x 72m) untuk menampung sampah sebanyak 15 ton per hari, termasuk pengolahan limbah domestik (limbah cair dari *laundry*, toilet, air cucian, dan lain-lain) yang mampu menampung limbah dari 163 hotel atau penginapan dan restoran serta 44 rumah tinggal masyarakat di Kabupaten Lombok Utara. Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat juga melakukan rehabilitasi tempat ibadah dan MCK di Desa Wisata Senaru, Desa Wisata Kerunjuk, dan Desa Wisata Sembalun. Pembangunan gapura atau gerbang pariwisata dilakukan di Desa Pringgasela, Desa Penakak, dan Desa Lekong (Manoby *et al.*, 2019, p. 8).

Pemulihan Pemasaran Branding, Advertising, dan Selling (BAS)

Pemulihan pemasaran dengan strategi BAS mempunyai tujuan utama mengubah pandangan daerah pariwisata Lombok pascagempa bumi, baik di kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara. *Branding* adalah upaya promosi melalui berbagai media, baik yang berbentuk digital maupun konvensional. *Branding* pascagempa bumi Lombok dilakukan dengan mengangkat tema "NTB Bangkit". Selain untuk menguatkan psikologis internal pelaku wisata di Lombok, *branding* NTB Bangkit juga dimaksudkan untuk memperbaiki citra Lombok pascagempa.

Agenda tahunan promosi pariwisata internasional, seperti Internationale Tourismus-Borse (ITB) Asia 2018, yang berlangsung di Marina Bay Sands, Singapura, 17-19 Oktober 2018, juga menjadi ajang Kementerian Pariwisata untuk memperluas *branding* NTB Bangkit. *Branding* juga dilakukan dengan membuat *trending topic* "tanda pagar" #Welcometosailmoyotambora20. Pada tanggal 9–23 September 2018 di Sumbawa, Sail Moyo Tambora menjadi momentum penting untuk memulihkan Lombok pascagempa.

Advertising atau pemasaran pariwisata dilakukan Kementerian Pariwisata dengan memasang iklan di media cetak (koran dan majalah), di *event-event* mancanegara, *blocking sale* di televisi, pembuatan bahan-bahan promosi, dan kerja sama promosi dengan pelaku industri pariwisata. Yang menarik dari strategi pemasaran BAS

ini adalah strategi *selling*. Dalam rangka pemulihan pemasaran pariwisata, diadakan *familiarization trip* (Famtrip). Peserta Famtrip berasal dari enam kota di dalam negeri dan dua belas negara di luar negeri. Kegiatan ini berlangsung pada Oktober sampai November 2018 di Mandalika, Sekotong, Senggigi, dan Mataram.

Famtrip adalah kegiatan Kementerian Pariwisata dengan memberikan perjalanan wisata gratis kepada pelaku industri pariwisata untuk mengunjungi Lombok pascagempa. Tujuan utamanya adalah agar pelaku industri pariwisata menjadi saksi mata langsung tentang kondisi pariwisata di Lombok pascabencana gempa bumi. Dengan Famtrip, pelaku industri pariwisata dapat merasakan langsung kondisi pariwisata Lombok dan membagikan pengalamannya kepada wisatawan atau sesama pelaku industri pariwisata.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pemulihan SDM terdampak bencana tidak dapat dilakukan hanya dengan *trauma healing* pada SDM pariwisata terdampak bencana. Relaksasi keuangan, pemulihan atraksi, akses, dan amenitas (3A), serta strategi *branding*, *advertising* dan *selling* (BAS) yang saling berkaitan dan saling mendukung. Kementerian Pariwisata sebagai kementerian yang mengurus urusan pariwisata telah melakukan tugasnya untuk pemulihan sektor pariwisata di Lombok, Nusa Tenggara Barat, dengan pemilihan strategi yang efektif, mencakup semua aspek pariwisata terdampak bencana gempa bumi di Lombok.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada bagian Manajemen Krisis Kepariwisata, Sekretariat Kementerian Pariwisata, yang telah bersedia diwawancarai dan memberikan data terkait penulisan artikel pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Dr. Herie Saksono sebagai peneliti madya, Imam Radianto Anwar Setia Putra dan Adi Suhendra sebagai peneliti muda Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri yang telah membimbing dan memberikan konsultasi teknis serta metode penulisan artikel ilmiah pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- kicknews.today. (2017). Siapa yang pertama memberi julukan lombok pulau seribu masjid? Ini dia... <https://kicknews.today/2018/02/25/siapa-yang-pertama-memberi-julukan-lombok-pulau-seribu-masjid-ini-dia/>. Diakses 14 September 2019.
- Manoby, W. M., Saksono, H., Radianto ASP, I., & Utomo, A. (2019). Manajemen krisis Kementerian Pariwisata sebagai strategi pemulihan sektor pariwisata pasca-berakhirnya tanggap darurat gempa Lombok – Sumbawa. *Prosiding KNP2K 2019*, 1-13.
- Marwah. (2019). Relaksasi kredit perbankan di daerah wisata yang tertimpa bencana alam. *Jurisprudencia*, 6(1), 125-134.
- Nugroho, D. U., R, N. U. P., Rengganis, N. S., & Wigati, P. A. (2013). Sekolah Petra (Penanganan Trauma) bagi Anak Korban Bencana Alam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 97-101.
- Pratiwi, M. (2018). Selain Bali, ini 5 destinasi wisata di Indonesia yang Jadi favorit para pesohor dunia. <https://journal.sociolla.com/lifestyle/5-destinasi-wisata-indonesia-yang-jadi-favorit-seleb-dunia/>. Diakses 14 September 2019.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.