

PENGEMBANGAN DAYA TARIK OBJEK WISATA OI FANDA KECAMATAN AMBALAWI KABUPATEN BIMA

Jaenab¹, Nurul Huda², Muhammad Ahlul Fiqkin

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, NTB

Email: jaenab84.stiebima@gmail.com

Abstrak; Pentingnya mengembangkan pariwisata yang dapat menunjang perekonomian daerah yang terdapat di kabupaten ambalawi adalah Oi Fanda yang terdapat di Dusun ujung harapan Desa Nipa Kecamatan Ambalawi Kabupaten Bima. Kegiatan ini melibatkan para mahasiswa Kuliah kerja Nyata desa Nipa Kecamatan ambalawi yang di dampingi oleh dosen pendamping dari prodi manajemen, Pokdarwis dan masyarakat dusun ujung harapan. Oi Fanda memiliki pasir putih yang bersih dan hamparan kelapa yang menambah keindahan di objek wisata yang lagi viral di media social saat ini. Banyak warga yang berasal dari kota Bima dan daerah lain juga yang sengaja berkunjung ke Oi Fanda. Pengembangan yang di lakukan dengan pembuatan petunjuk jalan ke lokasi objek wisata, Papan selamat datang, Spot-spot foto, Kursi santai, Ayunan, promosi dan Publikasi di media social. Pengembangan dan objek wisata Oi Fanda akan berdampak pada kedatangan pengunjung ke objek wisata Oi Fanda akan meningkat penghasilan masyarakat desa Nipa. Sektor pariwisata merupakan sector yang potensial untuk di kembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Perkembangan Pariwisata tergantung kepada kunjungan yang datang mengunjungi tempat tersebut. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Pengembangan, Desa, Wisata, Pantai Oi Fanda

Abstract; The importance of developing tourism that can support the regional economy in ambalawi Regency is Oi Fanda which is located in ujung harapan hamlet. Nipa Village, ambalawi District, Bima regency. This activity involved real work lecture students from Nipa Village, Ambalwi district, who were accompanied by assistant lecturers from the management study program, Pokdarwis and the community of the Ujung Harapan hamlet. Oi Fanda has clean white sand a stretch of coconut which adds to the beauty of a tourist attraction that is currently viral on social media. Many residents from the city of Bima and other area also deliberately visited Oi Fanda. The development is carried out by making directions to tourist attraction location, welcome boards, photo spot, lounge chairs, swings, promotions and publications on social media. The development of the Oi Fanda tourist attraction will have an impact on the arrival of visitors to the Oi Fanda tourist attraction, which will increase the income of the Nipa village community. The tourism sector is a sector that has the potential to be developed as a source of regional insight. The development of tourism depends on the visits that come to visit the place. The increase in the number of visits that occur is a reflection of the continued development of tourism to maintain and increase the number of tourist visits.

Keywords: Development, Village, Tourism, Oi fanda Beach

PENDAHULUAN

Pengembangan sektor Pariwisata merupakan faktor potensial untuk di kembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dan menjadi salah satu sumber penghasilan masyarakat setempat. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah di harapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kabupaten Bima tepatnya dikecamatan Ambalawi memiliki berbagai kekayaan yaitu berupa kekayaan alam, seni dan budaya, hasil pertanian, bahasa, dan lain-lain.

Kecamatan Ambalawi Kabupaten Bima memiliki banyak potensi wisata pantai dan wisata kuliner seperti pantai Pasir Putih di Nanga raba, Pantai Sapui dan Pantai Oi fanda Selain panorama yang indah di pantai Oi Fanda ini juga sudah ada fasilitas seperti cofe shop dan akses jalan yang sudah memadai sehingga mobil dan motor bisa diakses dengan mudah dengan waktu tempuh kurang dari 1 jam, jarak tempuh 23 km dari Kota Bima (sumber google map). Menjadi objek wisata viral di kalangan anak muda tentu akan berdampak pada banyak wisata yang mau berkunjung karena alasan mereka cukup beragam seperti pantai yang bersih dengan pasir putih yang berkilau, air laut yang bersih, hamparan pohon kelapa dan tidak ada kriminal yang terjadi di

area wisata selain itu juga dekat dengan perkampungan penduduk di tambah lagi dengan para wisatawan lokal yang sudah menggunakan sebagai tempat camping dan snorkeling.

Perkembangan pariwisata tergantung kepada kunjungan yang datang mengunjungi tempat tersebut. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan, untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisata pada tahun berikutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya faktor kenyamanan dan keamanan (Kumala, *at al* dalam Salambue, *at. al*, 2020)

Untuk mempertahankan jumlah kunjungan dengan tercapainya target yang di inginkan dalam suatu objek wisata. Pengelolaan dan pengembangan dapat di lakukan dengan menentukan faktor yang akan menjadi peran penting dan mendukung untuk mengembangkan pengunjung mengunjungi objek wisata Oi fanda. Lebih lanjut Yoeti (dalam Salambue, *at. al*, 2020)) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam pengembangan suatu objek wisata, Yaitu:

1. Objek wisata itu harus mempunyai sesuatu yang menarik untuk di lihat dan tentunya berbeda dengan yang dimiliki tempat lain (something to see)
2. Dilokasi objek wisata harus tersedia kegiatan yang dapat dilakukan oleh visitor (fishing, tracking, dll)
3. Dilokasi objek wisata harus tersedia dengan apa yang di sebut something to buy.

Pengembangan objek merupakan suatu hal yang besar karena melingkupi banyak pihak, biaya,, pemikiran, partisipasi dari warga setempat, pemerintah dan investor yang berminat. Pengembangan daya tarik wisata sendiri memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik yang akhirnya dapat menghasilkan manfaat yang adapat di rasakan oleh banyak orang di samping untuk konservasi objek wisata itu sendiri

Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut;

1. Mengembangkan objek wisata Oi Fanda mudah di cari oleh pengunjung
2. Membuat spot untuk lokasi foto di lokasi wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokasi wisata
3. Melakukan promosi dan sosialisasi objek wisata Oi fanda kepada masyarakat menggunakan media sosial dan media online.

LITERATUR REVIEW

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata (Devy dan Soemanto, 2017). Pariwisata menjadi andalan utama sumber devisa karena indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beraneka ragam jenis pariwisata, seperti wisata alam, sosial maupun wisata budaya. Pengembangan objek membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah. Sesuai dengan tugas dan kewenangannya, Pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsinya dalam pembuatan dan penentu seluruh kebijakan terkait pengembangan objek dan daya tarik wisata. Daya tarik dalam objek wisata merupakan salah satu modal utamayang harus di miliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan objek wisata , hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjungatau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang di miliki objek wisata tersebut.

Beberapa faktor yang di pertimbangkan dalam pengembangan objek wisata adalah (Baretto, M., 2015):

1. Kuantitas Objek wisata Yaitu bagaimana untuk mengupayakan dan menjaga kelestarian alam
2. Keunikan agar banyak pengunjung dapat rekreasi
3. Promosi melalui media sosial (Instagram), Youtubedan website
4. Sumber daya manusia yakni bagaimana untuk melestarikan objek wisata
5. Inovasi objek wisata yakni bagaimana melestarikan objek wisata yang baik

Supaya objek wisata ini dapat di kenal maka perlu di lakukan promosi. Promosi dapat di lakukan menggunakan media online yaitu websit, media sosial instagram dan youtube. Penggunaan website sebagai media promosi dilakukan dengan mengitegrasikan dengan website dinas pariwisata. Informasi yang sijajikan tempat- tempat wisata dan kegiatan- kegiatan pariwisata (Abidin dan Ramadhani, 2012). media sosial seperti instagram juga sudah di gunakan sebagai media promosi. Hal ini karena masifnya penggunaan smartphone dan kemudahan untuk mengakses media internet. Instagram merupakan media jejaring sosial yang memiliki fitur-fitur mendukung untuk melakukan kegiatan pariwisata (Purnomo, A., 2018). Alasannya adalah instagram merupakan media jejaring sosial berbasis foto dan vidio. Pengguna instagram di indonesia saat ini berkisat 22 juta orang, sehingga media sesuai sekali dengan youtube yang merupakan situs berbagai vidio yang di sediakan oleh google. Penggunaan youtube dalam promosikan objek wisata sangat bergantung bagaimana vidio yang apload, durasi, pengambilan gambar, backsound, dan scene kawasan objek wisata (Amin, dalam Salambue, *at. al*, 2020).

METODE PELAKSANAAN

Pembangunan desa selama ini masih sering menganut konsep “membangun desa” dan bukan “Pemberdayaan masyarakat dan pengembangan potensi local dan pengembangan pariwisata”. Pada konsep membangun desa, faktor eksternal lebih berperan menentukan arah pembangunan desa dan ini yang menyebabkan desa semakin tergantung pada bantuan luar. Sebaliknya pada konsep Pemberdayaan masyarakat dan pengembangan potensi local dan pengembangan pariwisata peran masyarakat justru menjadi faktor utama guna membangun desa yang ketahanan.

Pembangunan potensi objek wisata dengan salah satu satunya mendirikan spot foto, fasilitas penunjang seperti ayunan, kursi lounge bale- bale dan tong sampah yang menarik juga mengarah pada upaya untuk mengoptimalkan jumlah pariwisata atau pengunjung ke pantai Oi fanda. Besarnya jumlah pengujung yang datang tentunys akan membantu perekonomian masyarakat, karena mata pencaharian masyarakat desa petani, berdagang di lokasi objek wisata.

Program-program yang ada terdiri dari:

- 1) Program awal
- 2) Program inti
- 3) Program akhir

Program awal adalah program yang direncanakan untuk memperoleh dukungan masyarakat setempat, berupa sosialisasi dan kunjungan, sosialisasi ini dilakukan kepada masyarakat untuk menyampaikan maksuda dan tujuan kegiatan di desa mereka, serta meminta bantuan kepada pemuda setempat agar sekiranya dapat membantu jika terjadi kendala dalam pembuatan program kerja yang telah disusun.

Program inti adalah program yang di rencanakan dan dalam pelaksanaannyasesuai denga potensi yang bisa di kembangkan di tempat wisata tersebut, adapun program ini berupa program-program pembuatan spot-spot foto, membuat ayunan, mebuat kursu santai, yang bertujuan sebagai daya tarik objek wisata. Diantaranya pembuatan spot foto kata bijak dengan berbagai

macam warna cat serta membuat tong sampah yang berguna sebagai penunjang fasilitas di objek wisata tersebut. Pelaksanaan program ini dilakukan dalam target-target dan tahap-tahap yang direncanakan agar dalam pengerjaannya lebih teratur dan selesai sesuai dengan waktu yang di tetapkan dengan timeline yang sudah di jadwalkan.

Selanjutnya program akhir adalah program yang di rencanakan dan dilaksanakan sebagai salah satu bentuk silaturahmi dengan masyarakatdesa tersebut. Dikatakan program akhir karena dalam tahap pelaksanaannya adalah yang paling akhir dilaksanakan. Program ini bentuk silaturahmi dengan masyarakat di dusun lain yang ada di dena nipa tersebut. Sekaligus menginformasikan kepada masyarakat dusun lain dengan program yang ada agar masyarakat dusun lain paham jika kegiatan yang di lakukan harus sesuai dengan waktunya dan memberi manfaat terhadap desa mereka.

Secara singkat, komponen pembagunan utama untuk pengembangan potensi objek wisata Oi fanda adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengembangan potensi objek wisata Oi Fanda

Pembuatan Fasilitas Objek wisata OI Fanda	Sosialisasi sadar wisata
1. Peningkatan penyediaan fasilitas umum dasar	1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
2. Pembangunan fisik daya tarik wisata	2. Promosi dertinasi Oi Fanda sebagai daya tarik wisata di provinsi NTB
3. Peningkatan sumber daya manusia pengelola dan pelaku usaha (Masyarakat desa)	3. Promosi destinasi Oi Fanda di media sosial

HASIL PENGABDIAN

1. Potensi Pengembangan Masyarakat

Pengembangan objek wisata ini dilakukan agar meningkatkatnya daya tarik masyarakat terhadap fasilitas wisata Oi Fanda. Beberapa manfaat yang di dihasilkan dari pengembangan ini adalah:

- 1) Meningkatnya kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat melalui pendayagunaan sumber daya lokal
- 2) Melestarikan dan mempromosikan warisan budaya bagi kesejahteraan masyarakat
- 3) Memberikan kesejahteraan masyarakat dalam arti luas termasuk kepuasan dan kebahagiaan masyarakat.
- 4) Mendorong kunjungan wisata yang bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat lokal dan bukan sebaliknya
- 5) Mendorong konsep keseimbangan kepuasan wisatawan dan kepuasan komunitas untuk menghindari terjadinya iritasi sosial di masyarakat lokal
- 6) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (prinsip pembangunan Pariwisata berbasisi komunitas).

2. Solusi pengembangan Masyarakat Tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk mendapatkan manfaat yang di cangkankan dalam pengembangan ini adalah:

1) Sosialisasi dengan ketua pokdarwis

Kegiatan ini merupakan bentuk pertemuan antaratum pelaksana dan ketua pokdarwis beserta perangkat desa. Sosialisasi ini membahas tentang roadmap pengembangan objek wisata Oi Fanda



Gambar 1. sosialisasi tim pelaksana dengan pokdarwis

2) Menentukan lokasi Pembuat Ayunan

Setelah dilakukan sosialisasi yang membahas program kerja maka tahapan selanjutnya adalah menentukan lokasi yang tepat untuk mendirikan ayunan. Lokasi yang dipilih haruslah strategis dan membuat pengunjung tertarik untuk mengabdikan moment liburannya. Diskusi yang dilakukan dengan ketua pokdarwis menghasilkan kesepakatan bahwa lokasi yang tepat adalah pinggir tebing dengan panorama air laut biru. Lokasi ini dianggap tepat karena mampu menciptakan suatu objek yang baru dan menarik terutama saat senja dengan matahari tenggelam yang indah.



Gambar 2. Ayunan

3)Pembuatan Kursi Lounger Bale- Bale



Gambar 3. Kursi lounger Bale- Bale

4)Membuat Spot Foto

Salah satu spot foto yang di rancang adalah membuat tulisan “selamat datang Oi Fanda beach”, kata- kata bijak dan menarik. Tulisan tersebut diharapkan dapat mengundang kaum milenial untuk menyemarakkan foto di spot foto tersebut. Pada kesempatan ini segmentasinya ada pada kaum milenial untuk memperkenalkan objek wisata Oi Fanda lebih luas lagi.



Gambar 4. Spot Foto



Gambar 5. Laouncing Wisata Oi Fanda

KESIMPULAN

Kesimpulan yang di ambil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan objek wisata pantai Oi Fanda harus di dukung dengan dengan perencanaan yang baik dan dana yang besar
2. Objek wisata pantai oi fanda mempunyai beberapa spot tambahan yang di buat berdasarkan konsep
3. Spot yang ada di Pantai oi Fanda dapat menarik wisatawan berkunjung ke pantai Oi Fanda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidi, F, dan Ramadhani, N., (2012). Perancangan website Promosi wisata jawa timur dengan konsep the Guide to the bold Diversity, Jurnal tehnik POMITS, 13 (13).
- Agus Purnomo, (2018). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi kawasan Wisata Mandeh di kabupaten karanganyar (studi analisis Deskriptif Kualitatif pada akun instagram @Explorekabkaranganyar youtube sebagai media promosi kawasan wisata.
- Devy, H., dan Soemanto, R, (2017). Pengembangan Objek wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di kabupaten karang anyar, jurnal sosiologi DILEMA, 32(1), Hal. 34-44.
- Mario Barreto, (2015). strategi Pengembangan Objek wisata air panas di desa marobo, kabupaten bobonaro, imor leste, E jurnal ekonomi dan bisnis universitas Udayana Vol. 5 No. 4 Hal. 2637-2664.
- Salambue, *at. al*, (2020). Pengembangan daya tarik objek wisata teluk jering kecamatan tambang kabupaten kampar. Jurnal pengabdian masyarakat multidisiplin Vol. 4 No. 1. Hal. 9-17.