

DESTINATION BRANDING PANTAI MANGGAR SEBAGAI WISATA PESISIR

MANGGAR BEACH BRANDING DESTINATION AS A COASTAL TOUR

Fachlevy Gusani¹, Indra Novianto Adibayu pamungkas², Indria Angga Dianita³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

fachlevygusani@student.telkomuniversity.ac.id¹, indrapamungkas@telkomuniversity.ac.id²,
indriaangga@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Sebagai bagian dari upaya memasarkan Wisata Pesisir di Kota Balikpapan melalui *Destinatuon Branding* dinilai memiliki peran penting dalam upaya pengembangan wisata pesisir di Kota Balikpapan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan kualitatif digunakan supaya mendapatkan informasi-informasi yang selengkap mungkin mengenai strategi pemasaran wisata pesisir Pantai Manggar di Kota Balikpapan melalui *Destinaion Branding*. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Wisata Pesisir Pantai Manggar di Kota Balikpapan dalam menerapkan *Destination Branding* sudah lumayan bagus, karena pihak Dinas Pariwisata Kota Balikpapan sudah sangat bagus dalam membangun Pantai Manggar untuk bisa menjadi objek pariwisata Nasional.

Kata kunci : *Destination Branding, Kota Balikpapan, Wisata Pesisir, Dinas Pariwisata*

Abstract

As part of the effort to market Manggar Coastal Tourism through *Destinatuon Branding*, it is considered to have an important role in developing coastal tourism in the City of Balikpapan. This study uses a qualitative method, a qualitative approach is used in order to get as complete information as possible about the marketing strategy for coastal tourism in Manggar Beach in the City of Balikpapan through *Destinaion Branding*. The results of this study reveal that the Manggar Beach Tourism in Balikpapan City in implementing *Destination Branding* is quite good, because the Balikpapan City Tourism Office has been very good in building Manggar Beach to become a National tourism object.

Keywords: *Destination Branding, City of Balikpapan, Coastal Tourism, Department of Tourism*

Pendahuluan

Pantai Manggar Segara Sari atau biasa disebut dengan Pantai Manggar adalah tujuan wisata pantai yang sangat ramai dikunjungi oleh para wisatawan yang datang ke Kota Balikpapan. Pantai ini menyajikan pemandangan laut sangat indah. Pantai seluas 13.000 m² tersebut memiliki air laut yang jernih, riak ombak yang tidak terlalu besar serta pasir pantai yang putih. Objek wisata ini berlokasi di Kelurahan Manggar dan Teritip, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur, kurang lebih 9,5 Km dari Bandara Internasional Sepinggan atau sekitar 20 Km dari pusat Kota Balikpapan (Ksmtour, 2018).

Kota Balikpapan adalah daerah yang terkenal dengan wisata pesisir. Wilayah pesisir adalah daerah peralihan antara ekosistem darat dan laut yang diakibatkan oleh perubahan darat dan laut. Pengelolaan wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil yaitu suatu cara perencanaan dan pemanfaatan sumber daya pesisir. Wilayah pesisir mempunyai keragaman potensi sumber daya alam yang tinggi dan sangat berguna bagi pengembangan sosial, ekonomi dan budaya. Kondisi ini menjadikan pantai-pantai di Kota Balikpapan menampilkan pemandangan laut lepas yang indah. Peta jalan peningkatan pendapatan asli Daerah Kota Balikpapan menyebutkan bahwa perencanaan di tahun 2019 lebih difokuskan kepada pengembangan ekonomi kreatif dalam rangka peningkatan sektor jasa industri perdagangan dan pariwisata (Jogloabang, 2019).

Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu di atas terlihat bahwa *destination branding* dapat meningkatkan citra, mempromosikan, dan memberikan identitas pembeda bagi sebuah destinasi wisata. Masih minimnya penelitian tentang *destination branding* dalam konteks pariwisata di Indonesia dan masih minimnya penelitian tentang wisata Pantai sebagai upaya *destination branding* sehingga peneliti akan menjadikan Pantai Manggar di Kota Balikpapan menjadi objek dalam penelitian ini. Kota Balikpapan memiliki potensi di bidang pariwisata sebagai destinasi wisata pesisir. Pantai Manggar merupakan destinasi wisata pesisir yang memiliki beberapa kelebihan sehingga dapat dijadikan sebagai destinasi utama

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti akan melakukan penelitian tentang *destination branding* terhadap Pantai Manggar sebagai tujuan utama wisata pesisir dimana peneliti akan berkenaan langsung dengan masyarakat, tingkah laku. Penelitian kualitatif adalah suatu cara untuk memperoleh pemahaman terhadap fenomena secara menyeluruh.

Kajian Teoritis

Dalam destination branding, terdapat lima tahapan yang harus dilalui. Tahapan-tahapan tersebut yaitu (Morgan & Pritchard dalam Helmi, 2017)):

1. *Market Investigation, Analysis, and Recommendation*

pada tahap ini dilaksanakan kegiatan analisis potensi pasar, hal-hal apa saja yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan serta merancang strategi.

2. *Brand Identity Development*

Tahap ini menunjukkan bahwa *brand identity development* merupakan tahap membentuk identitas daerah yang bersifat *intangible* yang akan disampaikan kepada publik untuk menggambarkan daerah tersebut.

3. *Brand Launch and Introduction : Communicating the Vision*

Brand *lauch* bisa dilaksanakan melalui bermacam-macam media seperti: *media relations* seperti *advertising*, *direct marketing*, *personal selling*, *website*, *brochures*, atau *event organization*, *film maker*, *destination marketing organization*, serta *journalist*. Tahapan ini merupakan tahapan mengomunikasikan brand melalui media.

4. *Brand Implementation*

Brand impelmentation adalah suatu upaya untuk mengintegrasikan semua pihak yang terlibat dalam pembentukan suatu brand, sehingga destination branding dapat berhasil.

5. *Monitoring, Evaluation, and Review*

Pada tahap ini dilakukan upaya untuk mengawasi apakah ada penyimpangan, kekurangan, dan sebagainya. Dengan cara memantau respon dari *audience* dan melakukan tindak lanjut apabila didapati respon yang perlu ditanggapi.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif karena peneliti akan melakukan penelitian tentang *destination branding* terhadap Pantai Manggar sebagai tujuan utama wisata pesisir dimana peneliti akan berkenaan langsung dengan masyarakat, tingkah laku. Penelitian kualitatif adalah suatu cara untuk memperoleh pemahaman terhadap fenomena secara menyeluruh (Slamet, 2019).

Pembahasan

Dalam penelitian ini, proses *Destination Branding* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Balikpapan dalam mengelola Wisata Pesisir Pantai Manggar sebagai berikut:

1. Market Investigation, Analysis, and Recommendation

Berdasarkan hasil pembahasan di atas menurut Informan kunci, Informan Ahli, dan Informan pendukung adalah Peran Dinas Pariwisata Kota Balikpapan ini sudah sangat bagus, karena Pihak Dinas Pariwisata Kota Balikpapan sudah melaksanakan tugasnya dengan penuh tanggung jawab yang besar. Untuk promosi-promosi yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata ini sudah sangat memberikan informasi-informasi yang jelas, untuk wisatawan yang datang ke Pantai Manggar ini sudah meningkat dari tahun ke tahun, wisatawan yang datang ke Pantai MAnggar ini berasal dari Kota Balikpapan maupun Luar Kota Balikpapan. Dan untuk perkembangan Pantai Manggar ini sudah lumayan bagus, banyak wisatawan yang puas dengan perkembangan Pantai Manggar ini, namun Pantai Manggar ini masih kurang dalam improvement dr aspek design concept area wisata, dan taste pemeliharaan dan perawatan tempat wisata

2. Brand Identity Development

Berdasarkan hasil pembahasan di atas menurut Informan kunci, Informan Ahli, dan Informan pendukung adalah identitas itu sangat penting karena, dari identitas akan menggambarkan tempat pariwisata. Untuk pengembangan-pengembangan Pantai Manggar ini sudah lumayan bagus, sudah banyak sekali perubahan-perubahan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kota Balikpapan untuk bisa menjadi pariwisata Nasional, untuk saat ini Pantai Manggar belum sesuai dengan kriteria Pariwisata Nasional. Untuk bisa menjadi pariwisata Nasional bisa juga dengan mengadakan event-event atau kegiatan, karena dari mengadakan event-event atau kegiatan juga bisa menarik wisatawan untuk datang. Apalagi Pantai Manggar ini akan menjadi Kota transit untuk calon Ibu Kota Negara Baru yang berdekatan langsung dengan Kota Balikpapan maka dari itu pihak Dinas Pariwisata Kota Balikpapan akan melakukan promosi-promosi dan melakukan interaksi dengan masyarakat sekitar untuk menarik wisatawan datang. Untuk suatu objek pariwisata harus memiliki logo untuk bisa memperkenalkan wajah valuenya kepada wisatawan. Namun Pantai Manggar ini belum memiliki logo yang khas.

3. Brand Launch and Intorduction : Communication The Vision

Berdasarkan hasil pembahasan di atas menurut Informan kunci, Informan Ahli, dan Informan pendukung Bila dikaji melalui sumber pustaka hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh (Morgan & Pritchard dalam Helmi, 2017), bahwa perlunya Brand Launch and Intorduction : Communication The Vision ini untuk membantu mempromosikan Pantai Manggar, dan memberikan informasi-informasi terkait dengan Pantai Manggar. Saat ini sudah banyak wisatawan yang sudah menggunakan media social untuk mencari informasi-informasi terkait Pantai Manggar. Pada di setiap media social memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing.

4. Brand Implementation

Berdasarkan hasil pembahasan di atas menurut Informan kunci, Informan Ahli, dan Informan pendukung Bila dikaji melalui sumber pustaka hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh (Morgan & Pritchard dalam Helmi, 2017), bahwa perlunya Brand Implementation pihak-pihak luar dari Dinas Pariwisata Bisa membantu dalam pengembangan Pantai Manggar agar bisa menjadi pariwisata berbasis Nasional dan bisa juga mengetahui kegiatan penyimpanan dalam Destination Branding.

5. Monitoring, Evaluation, and Review

Berdasarkan hasil pembahasan di atas menurut Informan kunci, Informan Ahli, dan Informan pendukung Bila dikaji melalui sumber pustaka hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh (Morgan & Pritchard dalam

Helmi, 2017), Monitoring, Evaluation, and Review ini sangat penting karena dalam kegiatan tersebut bisa mengetahui apa saja yang kurang dari objek wisata Pantai Manggar ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka mendapatkan kesimpulan bahwa Destination Branding Pantai Manggar sebagai tujuan wisata pesisir di Kota Balikpapan yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Balikpapan untuk memperkerankannya kepada wisatawan mancanegara sudah lumayan bagus. Peran Dinas Pariwisata Kota Balikpapan dalam mengembangkan Pantai Manggar sudah sangat bagus. Dalam peningkatan jumlah pengunjungnya sudah sangat bagus, karena pihak Dinas Pariwisata Kota Balikpapan sudah melakukannya dengan baik. Sebuah identitas itu sangat penting untuk objek wisata, karena identitas itu merupakan sebuah wajah awal untuk memperkenalkan valuenya kepada wisatawan.

Berikutnya untuk bisa menjadi pariwisata Nasional, Pantai Manggar harus bisa membantu perekonomian Kota Balikpapan dan menyediakan fasilitas-fasilitas yang sangat mendukung, seperti fasilitas sarana Pendidikan. Pihak Dinas Pariwisata terus melakukan promosi-promosi di social media dan menyebarkan brosur di Bandara untuk memberikan informasi-informasi kepada wisatawan mengenai Pantai manggar. Kegiatan pengawasan, evaluasi, dan perbaikan ini sangat penting, karena pihak dinas ingin mengetahui adanya kegiatan penyimpangan destination branding di Pantai Manggar. Selain itu juga evaluasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata untuk membangun Pantai Mnaggar ini agar bisa menarik wisatawan, pihak dinas sering melakukan evaluasi Bersama-sama dengan ketua dinas dan jajarannya. Namun wisatawan masih kurang puas dengan kegiatan monitoring, evaluasi yang suda dilakukan oleh dinas pariwisata, karena masih banyak oknum yang tidak bertanggung jawab

Referensi:

- Helmi, S. (2017). Destination Brand : Membangun Keunggulan Bersaing Daerah Destination Brand : Membangun Keunggulan Bersaing Daerah. *WAHANA HIJAU Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah*, 4(December 2008), 79. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24164.99209>
- Jogloabang. (2019). *UU 27 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil*. <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-27-2007-pengelolaan-wilayah-pesisir-pulau-pulau-kecil>
- Ksmtour. (2018). *Pantai Manggar Segara Sari Wisata Favorit di Kalimantan Timur*. <https://ksmtour.com/informasi/tempat-wisata/kalimantan-timur/pantai-manggar-segara-sari-wisata-favorit-di-kalimantan-timur.html>
- Slamet, Y. (2019). *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Graha Ilmu.

