

Peran Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) Dalam Upaya Mewujudkan KEK Mandalika Sebagai Nation Branding Di Tingkat Global

I Putu Bagus Wira Darmawan¹, Lalu Puttrawandi Karjaya², Heavy Nala Estriani³,
Hasbi Asyidiqi⁴

¹Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

²Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

³Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

⁴Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Mataram, NTB, Indonesia
putubaguswira@yahoo.com

ABSTRACT

This paper aims to analyze how the ITDC strategy realizes Mandalika SEZ as a nation branding at the global level. The project that has developed the tourism sector in Lombok is the Mandalika Special Economic Zone (SEZ). Established through Government Regulation Number 52 of 2014 to become a Tourism SEZ with an area of 1,035.67 Ha. ITDC (BUMN) is a Persero that focuses on developing strategic tourism areas in Indonesia. Nation Branding sport tourism to attract tourists and introduce Mandalika as an attractive tour. This research uses the theory of nation branding and the concept of SOE Persero Type and descriptive qualitative research approach. Analysis of ITDC's Role in Shaping Mandalika SEZ as Nation Branding at the Global level. Nation Branding Simon Anholt in his research concluded that the perception of an individual or group in seeing a country based on 6 things, which are then referred to as the nation brand hexagon is Government Policy, Investment, Culture, Human Resources, Tourism, Products In an effort to realize Mandalika SEZ as Nation Branding at the global level, Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) plays a very important role. ITDC has been instrumental in developing, promoting and building tourism infrastructure in Mandalika, with the aim of enhancing Indonesia's image as a leading tourism destination in the eyes of the world. Through the projects and investments made by ITDC, Mandalika has successfully attracted the attention of international tourists.

Keywords: ITDC, Mandalika SEZ, Nation Branding

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi ITDC mewujudkan KEK Mandalika sebagai nation branding di tingkat global. Proyek yang telah dikembangkan sektor pariwisata di Lombok adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014 untuk menjadi KEK Pariwisata dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha. ITDC (BUMN) Persero yang fokus pada pengembangan kawasan pariwisata yang strategis di Indonesia. Nation Branding sport tourism untuk menarik wisatawan dan memperkenalkan Mandalika sebagai wisata yang menarik. Penelitian ini menggunakan teori nation branding dan konsep BUMN Persero Jenis dan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Analisis Peran ITDC Dalam Membentuk KEK Mandalika Sebagai Nation Branding di tingkat Global. Nation Branding Simon Anholt dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa persepsi suatu individu maupun kelompok dalam melihat suatu negara berdasarkan dari 6 hal, yang kemudian disebut sebagai nation brand hexagon adalah Kebijakan Pemerintah, Investasi, Budaya, Sumber Daya Manusia, Pariwisata, Produk Dalam upaya mewujudkan Kek Mandalika sebagai Nation Branding di tingkat global, Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) memegang peran yang sangat penting. ITDC telah berperan dalam mengembangkan, mempromosikan, dan membangun infrastruktur pariwisata di Mandalika, dengan tujuan meningkatkan citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata unggulan di mata dunia. Melalui proyek dan investasi yang dilakukan oleh ITDC, Mandalika telah berhasil menarik perhatian wisatawan internasional.

Kata Kunci: ITDC, KEK Mandalika, Nation Branding

PENDAHULUAN

Lombok merupakan bagian dari Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) di Indonesia dan menjadi salah satu destinasi wisata yang terkenal di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki letak yang sangat strategis, yakni di antara dua benua dan dua samudera, serta memiliki banyak potensi besar dalam sektor kepariwisataannya, baik itu potensi alam, bahari maupun wisatanya mampu mendorong wisatawan mancanegara untuk melakukan perjalanan dan kunjungan ke Indonesia.¹ Salah satu proyek yang telah dikembangkan untuk meningkatkan sektor pariwisata di Lombok adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. KEK Mandalika adalah proyek pembangunan kawasan pariwisata yang terletak di sebelah selatan Pulau Lombok.²

KEK Mandalika ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014 untuk menjadi KEK Pariwisata dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha yang terletak di sebelah selatan Pulau Lombok KEK Mandalika telah menjadi tuan rumah untuk beberapa event olahraga internasional, seperti World Superbike (WSBK) dan MotoGP. Event-event ini menarik minat wisatawan dari berbagai negara dan memberikan dorongan yang signifikan untuk pariwisata di Lombok Daerah Mandalika memiliki kearifan lokal dan budaya yang kaya, termasuk tradisi Sasak, kerajinan tangan, dan kuliner khas.³ KEK Mandalika memberikan kesempatan untuk mempromosikan budaya dan kegiatan tradisional kepada para wisatawan, seperti pertunjukan tari, kerajinan lokal, dan festival budaya.

Adanya lembaga yang didirikan oleh pemerintah Indonesia bernama Bali Tourism Development Corporation (BTDC) pada tahun 1972 untuk mengembangkan pariwisata di Pulau Bali. BTDC bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan Kawasan Pariwisata Nusa Dua, yang menjadi salah satu destinasi pariwisata terkenal di Bali. Pada tahun 2009, BTDC bertransformasi menjadi ITDC dengan perluasan mandatnya untuk mengembangkan kawasan pariwisata di seluruh Indonesia, bukan hanya di Bali. ITDC didirikan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Persero yang fokus pada pengembangan dan pengelolaan kawasan pariwisata yang strategis di Indonesia. meningkatkan daya saing dan citra Indonesia sebagai tujuan wisata global.⁴ Peran ITDC di Bali berhasil menciptakan kawasan pariwisata yang sangat terkenal dengan fasilitas-fasilitas yang lengkap, termasuk hotel-hotel bintang lima, resor, pusat konvensi, lapangan golf, dan pantai-pantai eksklusif. Pengembangan ini telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal.⁵

Sebelum adanya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, Mandalika telah melakukan beberapa upaya dalam bidang *nation branding* berbasis ekowisata. Mandalika telah mengadopsi sejumlah strategi *nation branding* yang berfokus pada kekayaan alam, budaya, dan pariwisata pulau ini. Beberapa langkah yang dilakukan untuk mempromosikan Mandalika sebelum menjadi KEK Mandalika. Mandalika dikenal karena pantai-pantainya yang indah. Pantai-pantai seperti Pantai Kuta, Pantai Tanjung Aan, dan Pantai Selong Belanak. Mandalika juga memiliki keindahan alam yang menakjubkan, termasuk bukit dan perbukitan

¹ Lalu Putrawandi Karjaya, Mala Mardialina, dan Alfian Hidayat 'Kebijakan Pariwisata Lombok Untuk Melepaskan Ketergantungan Terhadap Pariwisata Bali Menuju Pariwisata Internasional', Vol. 3 (2018).

² A. Susilo A. T. Alaydrus, 'Analysis the Effect of Physical Parameters on Groundwater Salinity in the KEK Mandalika Lombok', 2021.

³ M. A. Satrio, 'Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding 'Wonderful Indonesia'', Vol. 6, No (2021), 65–85.

⁴ PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 'Profil ITDC' <<https://www.itdc.co.id/kip/page/baca/2/profil>>.

⁵ 'ITDC: Dibalik Kesuksesan Pengelolaan Kawasan Nusa Dua, Bali', 2018 <<https://setneg.go.id>>.

hijau serta area hutan tropis yang masih alami. Anda dapat menjelajahi alam dengan berjalan kaki atau bersepeda.⁶ Mandalika telah mengadopsi sejumlah strategi nation branding yang berfokus pada kekayaan alam, budaya, dan pariwisata, semua strategi ekowisata diatas bertransformasi menjadi sport tourism untuk menarik minat wisatawan dan memperkenalkan Mandalika sebagai tujuan wisata yang makin menarik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian atau Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini tergolong kedalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian untuk mengetahui sebab-akibat, sebuah fakta dari suatu kejadian. Penelitian deskriptif merupakan sebuah cara untuk menganalisis data-data yang didapat dengan mendeskripsikannya.⁷ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dimana, kualitatif merupakan sebuah penelitian yang dapat menelusuri serta mengartikan sebuah makna yang lahir pada lingkungan sosial. Penelitian kualitatif merupakan sebuah cara untuk menciptakan data yang bersifat deskriptif dan bersifat fleksibel.⁸ Lebih jelasnya, penelitian kualitatif deskriptif akan mengumpulkan data secara sistematis, mengelompokkan, mendeskripsikan, dan menginterpretasikan menurut kategori tertentu.

KERANGKA PEMIKIRAN NATION BRANDING

Nation branding dari Simon Anholt yang menjelaskan nation branding adalah proses pemasaran yang digunakan untuk memperkuat identitas dan reputasi negara dan mempromosikan negara sebagai tujuan yang atraktif bagi berbagai pemangku kepentingan, seperti wisatawan, investor, dan perusahaan. Tujuannya adalah untuk membangun persepsi positif tentang negara dan memastikan bahwa negara tersebut dikenal dan dipahami dengan baik oleh dunia.⁹ Menurut Simon Anholt dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa persepsi suatu individu maupun kelompok dalam melihat suatu negara berdasarkan dari 6 hal, yang kemudian disebut sebagai nation brand hexagon. *Policy, Investment, Culture, People, Tourism, dan Brands*.¹⁰ Manfaat yang didapatkan dari nation branding untuk membentuk kembali identitas sebuah bangsa, meningkatkan daya saing bangsa, merangkul berbagai aktivitas politik, kebudayaan, bisnis dan olahraga, memajukan ekonomi dan politik di dalam negeri dan luar negeri, mengubah, memperbaiki dan meningkatkan image atau reputasi sebuah bangsa.

BUMN PERSERO

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, definisi Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN adalah Badan usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara

⁶ Firmansyah Masrun, Wahidin, Yuniarti, 'Peran Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL)', 8 (2022).

⁷ Ali Muhson, "Teknik Analisis Kualitatif," *Teknik Analisis* (2018): 1–2, <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>.

⁸ Neni Hasnuhidah, "Metodologi Penelitian Pendidikan" (2017): 10.

⁹ Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, 'Membangun "Nation Branding', *Warta Ekspor*, 2011.

¹⁰ Muslim Basya, '*Branding The Nation*', 2016, hlm 1–23.

langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.¹¹ Perusahaan Perseroan yang selanjutnya disebut Persero, merupakan BUMN yang berbentuk perseroan yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya adalah mengejar keuntungan. Adapun pendiriannya berbeda dengan pendirian badan hukum (perusahaan) pada umumnya. Persero didirikan dengan diusulkan oleh menteri kepada presiden disertai dengan dasar pertimbangan setelah dikaji bersama dengan Menteri Teknis dan Menteri Keuangan.

Perseroan terbatas (PT) merupakan bentuk usaha kegiatan ekonomi yang paling disukai saat ini, disamping karena pertanggung jawabannya yang bersifat terbatas. Perseroan Terbatas juga memberikan kemudahan bagi pemilik atau pemegang sahamnya untuk mengalihkan perusahaannya kepada setiap orang dengan menjual seluruh sahamnya yang dimilikinya pada perusahaan tersebut.¹² Perseroan terbatas bukanlah merupakan suatu bentuk badan usaha yang tiba-tiba ada, melainkan merupakan hasil perencanaan, kreasi maupun tindakan yang dilakukan pendiri yang dilanjutkan dengan tindakan untuk mengawasi atau menjalankan perusahaan setelah perseroan terbatas memperoleh status sebagai badan hukum.¹³

ITDC (*Indonesia Tourism Development Corporation*) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Persero yang berperan dalam pengembangan dan pengelolaan kawasan pariwisata di Indonesia. ITDC didirikan dengan tujuan utama untuk mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia melalui pengembangan destinasi wisata yang unggul dan berkelanjutan. Sebagai BUMN Persero, ITDC memiliki tugas dan wewenang yang diberikan oleh pemerintah Indonesia untuk mengelola dan mengembangkan kawasan-kawasan pariwisata strategis. pariwisata di KEK Mandalika sebagai destinasi pariwisata unggulan di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PROFIL INDONESIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION (ITDC)

Lembaga yang didirikan oleh pemerintah Indonesia bernama Bali Tourism Development Corporation (BTDC) pada tahun 1972 untuk mengembangkan pariwisata di Pulau Bali. Pada tahun 2009, BTDC bertransformasi menjadi ITDC dengan perluasan mandatnya untuk mengembangkan kawasan pariwisata di seluruh Indonesia, bukan hanya di Bali. ITDC didirikan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Persero yang fokus pada pengembangan dan pengelolaan kawasan pariwisata yang strategis di Indonesia ITDC telah berperan aktif dalam pengembangan beberapa kawasan pariwisata penting di Indonesia, termasuk KEK Mandalika di Lombok, Nusa Dua ITDC di Bali, dan KEK Tanjung Lesung di Banten. Sebagai pemilik yang ditunjuk, sumber pendapatan ITDC terdiri dari kompensasi minimum, yaitu pendapatan kompensasi yang diterima Perusahaan atas sewa tanah yang dihitung setiap triwulan selama masa sewa secara LUDA; Kompensasi persentase, yaitu tambahan penghasilan yang diperoleh Perseroan selama masa operasi berdasarkan persentase tertentu dari hasil penjualan kotor dari setiap lokasi yang disewa oleh investor; Kompensasi sekaligus, yaitu sumber pendapatan sewa tanah yang dibayarkan pada awal beberapa tahun mendatang; dan Kompensasi lainnya, khususnya sumber pendapatan dari penyewaan lahan yang lebih kecil dan penggunaannya sebagai infrastruktur tambahan.¹⁴

¹¹ *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara*, "<https://peraturan.go.id/id/uu-no-19-tahun-2003>".

¹² *Gunawawan. W, Seri Hukum Bisnis : Perseroan Terbatas, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999, Hlm 1.*

¹³ *Tri Budiyo, Hukum Perusahaan, Griya Media, Salatiga, 2011, Hlm 35.*

¹⁴ 'Destination Management' <<https://www.itdc.co.id/business-line/about-destination-management>>.

BUMN PT Bali Tourism Development (Persero), juga dikenal sebagai Bali Tourism Development Corporation (BTDC), didirikan pada tahun 1973 untuk melaksanakan proyek ini. BTDC bertugas mempersiapkan lokasi pembangunan, menyiapkan detail desain dan menciptakan infrastruktur berstandar internasional yang dapat menarik investor ke resor Nusa Dua. Pada tahun 1980 dibuka hotel pertama di Nusa Dua yaitu Nusa Dua Beach Hotel dengan 450 kamar. Dengan lebih dari 40 tahun beroperasi, Wisata Nusa Dua telah menjadi salah satu destinasi wisata terbaik di dunia saat ini. Proses perencanaan ini mencakup berbagai tahapan yang komprehensif dan terstruktur. Pertama, dilakukan analisis mendalam terhadap potensi kawasan Mandalika, meliputi aspek geografis, budaya, dan ekonomi untuk memahami peluang dan tantangan yang ada. Rencana pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan kemudian disusun dengan memperhatikan infrastruktur seperti jalan, fasilitas air bersih seperti SWRO, fasilitas akomodasi dan hiburan seperti Sirkuit Mandalika. Pembentukan ITDC sebagai lembaga khusus yang fokus pada pengembangan pariwisata di Indonesia, termasuk KEK Mandalika, merupakan langkah strategis pemerintah untuk mengoptimalkan potensi pariwisata negara dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata.

TERBENTUKNYA KEK (KAWASAN EKONOMI KHUSUS) MANDALIKA

Pengajuan KEK Mandalika sebagai kawasan ekonomi khusus diajukan langsung oleh *Indonesian Tourism Development Corporation* (ITDC) di tahun 2014 dan ditetapkan melalui PP No. 52 tahun 2014 pada 30 Juni 2014.¹⁵ KEK Mandalika terletak di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Pembentukan KEK Mandalika merupakan bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk mengembangkan sektor pariwisata di daerah tersebut. Dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha dan menghadap Samudera Hindia, KEK Mandalika diharapkan dapat mengakselerasi sektor pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat yang sangat potensial. Dalam rangka meningkatkan potensi dan kinerja kawasan tersebut, KEK terdiri dari salah satu zona meliputi pengolahan ekspor, logistik, industri, pengembangan teknologi, pariwisata, energi, dan ekonomi lain. Saat ini terdapat delapan KEK yang telah ditetapkan pemerintah mulai tahun 2014 hingga 2017 diantaranya KEK Sei Mangkei (Sumatera Utara), KEK Tanjung Api-Api (Sumatera Selatan), KEK Tanjung Lesung (Banten), KEK Mandalika (NTB), KEK Maloy Batuta Trans Kalimantan (Kalimantan Timur), KEK Palu (Sulawesi Tengah), KEK Bitung (Sulawesi Utara), dan KK Morotai (Maluku Utara). Dari kedepalan KEK tersebut, enam diantaranya memiliki zona industri. Sedangkan hanya dua KEK yang tidak memiliki zona industri namun mengandalkan potensi pariwisata saja yaitu KEK Mandalika dan KEK Tanjung Lesung.¹⁶

Dengan rampungnya pembangunan sirkuit Mandalika Indonesia sudah siap mengadakan ajang balapan kelas dunia. Alasan terbentuknya mandali kek Mandalika:¹⁷

1. Karena Indonesia sudah lama berfokus pada Jawa sentris

Pemerintahan pusat di Indonesia sudah terlalu lama hanya melakukan pembangunan yang berkembang pada pulau Jawa berbagai macam perkembangan mulai dari industri hiburan pariwisata transportasi dan lainnya hanya berfokus di Pulau Jawa sedangkan pulau lainnya Tertinggal jauh dalam waktu yang cukup lama. Oleh karena itu saat ini pemerintah pusat mulai melakukan pemerataan pembangunan di luar pulau

¹⁵ 'ITDC. (2017). Indonesia Tourism Development Corporation. Retrieved December 14, 2017, from The Mandalika Website: <https://www.itdc.co.id/the-mandalika/home-page/>'.

¹⁶ 'Damuri, Y. R., Christian, D., & Atje, R. (2015). Kawasan Ekonomi Khusus Dan Strategis Indonesia: Tinjauan Atas Peluang Dan Permasalahan.'

¹⁷ 'Mengapa Sirkuit Motogp Dibangun Di Mandalika' <<https://otomotif.kompas.com/read/2021/10/26/170200915/alasan-mengapa-sirkuit-motogp-dibangun-di-mandalika>>.

Jawa salah satu caranya adalah dengan pembangunan sirkuit balapan yang dibangun di Mandalika ini agar wisata pada daerah tersebut juga dapat berkembang

2. Balapan dengan tema tropis dengan view pantai
Dorna selaku penyelenggara MotoGP menganggap kawasan Mandalika bagus untuk digunakan sebagai tempat balapan karena dapat mengusung tema balapan protes dengan view indah pantai pada daerah perbukitan yang alami
3. Kawasan Mandalika Merupakan Daerah Berkembang
Wilayah Mandalika sudah menjadi daerah wisata yang sedang berkembang saat ini hal ini juga didukung oleh adanya akses jalan yang memadai dari bandara Selain itu masih banyak lahan di Mandalika yang kosong sehingga dapat dilakukan pembangunan
4. Meramaikan wisata Mandalika
Dengan dibangunnya sirkuit balapan di Mandalika tentunya akan mengundang minat turis mancanegara maupun warga lokal untuk datang ke Mandalika ketika ada ajang balapan tentunya sirkuit Mandalika akan ramai dan akan berimbas kepada meramaikan wisata lainnya di sekitaran sirkuit Mandalika

Secara geografis, Mandalika memiliki posisi yang strategis di sepanjang pantai Selatan Pulau Lombok. Keindahan alam menjadi salah satu daya tarik utama Mandalika, dengan pantai-pantai berpasir putih yang panjang, air laut yang jernih, serta ombak yang cocok untuk aktivitas seperti selancar. Selain itu, ekosistem laut yang sangat kaya di sekitar Mandalika menjadikannya destinasi yang sangat populer bagi wisatawan. Wisatawan dapat menjelajahi seni lokal, kerajinan tangan, serta mencicipi kuliner khas Lombok yang lezat. Upacara adat dan festival budaya juga menjadi pengalaman yang tak terlupakan bagi mereka yang ingin merasakan kehidupan lokal.

Mandalika telah menjadi destinasi pariwisata yang semakin populer di Indonesia dan menawarkan pengalaman yang beragam bagi wisatawan. Potensi sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan dan upaya untuk mempromosikan Mandalika sebagai destinasi pariwisata internasional yang menarik juga menjadi bagian penting dalam upaya *branding* Indonesia di tingkat global.

ANALISIS PERAN ITDC DALAM MEMBENTUK KEK MANDALIKA SEBAGAI NATION BRANDING DI TINGKAT GLOBAL

Parameter pariwisata tingkat global adalah faktor-faktor kunci yang digunakan untuk mengukur, menganalisis, dan mengevaluasi industri pariwisata di tingkat internasional. Beberapa parameter penting dalam analisis pariwisata global meliputi jumlah kedatangan wisatawan internasional, yang mencerminkan daya tarik destinasi, pengeluaran wisatawan internasional, yang mengindikasikan dampak ekonomi pariwisata; lama tinggal rata-rata wisatawan, tingkat hotel yang mencerminkan kepadatan penginapan, infrastruktur pariwisata seperti bandara, jalan, dan akomodasi; kualitas layanan kepada wisatawan; tingkat kepuasan wisatawan yang mengukur pengalaman pelanggan, kebijakan dan peraturan pemerintah yang memengaruhi kunjungan wisatawan, tren pariwisata global seperti petualangan atau wisata berkelanjutan, dan upaya keberlanjutan lingkungan yang semakin penting dalam era kesadaran lingkungan untuk pertumbuhan dan industri pariwisata.¹⁸

Nation branding adalah proses pemasaran yang digunakan untuk memperkuat identitas dan reputasi negara dan mempromosikan negara sebagai tujuan yang atraktif bagi berbagai pemangku kepentingan, seperti wisatawan, investor, dan perusahaan. Menurut Anholt, negara-negara yang berhasil dalam nation branding adalah negara-negara yang

¹⁸ Fauziah Eddyono, *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, 2019.

mampu memberikan manfaat konkret bagi masyarakat dunia, seperti kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya. Simon Anholt dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa persepsi suatu individu maupun kelompok dalam melihat suatu negara berdasarkan dari 6 hal, yang kemudian disebut sebagai *nation brand hexagon*.

1. Policy (Kebijakan Pemerintah)

Pemerintah Indonesia telah menetapkan kebijakan yang mendukung upaya ITDC dalam mengembangkan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika sebagai destinasi pariwisata unggulan di Indonesia. UU No. 39 Tahun 2009 tentang Kawasan Ekonomi Khusus memberikan dasar hukum bagi pemerintah untuk mendukung pengembangan KEK Mandalika sebagai destinasi pariwisata. Dalam UU tersebut, pemerintah memberikan insentif dan kemudahan dalam berbagai hal seperti perizinan, investasi, dan fasilitas infrastruktur.¹⁹ Dalam mendukung upaya pembangunan KEK Mandalika, pemerintah mengeluarkan beberapa peraturan daerah dan peraturan Menteri seperti Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, Peraturan Menteri Agraria Dan Tata Ruang/ Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2016, Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat, Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2011 tentang RTRW Kabupaten Lombok Tengah Pengaturan aspek spasial berupa batas-batas Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, , Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 7 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2013 - 2028 Pengaturan pembagian kawasan pengembangan pariwisata berupa KSPD atau Kawasan Strategis Pariwisata Daerah. Pemerintah juga mendorong kerja sama antara ITDC dan investor swasta dalam mengembangkan KEK Mandalika. Beberapa investor besar seperti MNC Group dan Lippo Group telah berinvestasi dalam pengembangan hotel dan resort di Mandalika.

2. Investment (Investasi)

ITDC telah meluncurkan program investasi untuk menarik investor dan pendatang asing yang tertarik untuk berinvestasi di KEK Mandalika. Investasi ITDC menawarkan berbagai opsi investasi di KEK Mandalika, termasuk investasi dalam pengembangan properti, hotel, dan resort.²⁰ ITDC juga menyediakan paket investasi dengan skema yang fleksibel, mulai dari sewa tanah hingga investasi langsung dalam proyek. Konsep yang dijalankan oleh ITDC adalah membangun infrastruktur, utilitas, air bersih, listrik, dan lainnya yang kemudian disewakan kepada investor yang dimana dalam hal ini disebut dengan penyewaan lot. Dalam proses penyewaan lot oleh investor ke ITDC, terdapat bentuk kerja sama yang disebut dengan LUDA (Land Utilization and Development Agreement) atau Perjanjian Kerja Sama Pemanfaatan Lahan. Di dalam LUDA sendiri terdapat terms atau ketentuannya tersendiri. Berikut data progress investasi hotel dan commercial di KEK Mandalika:

¹⁹ 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus', *American Journal of Research Communication*, 5.August (2009), 12–42 <[http://downloads.esri.com/archydro/archydro/Doc/Overview of Arc Hydro terrain preprocessing workflows.pdf](http://downloads.esri.com/archydro/archydro/Doc/Overview%20of%20Arc%20Hydro%20terrain%20preprocessing%20workflows.pdf)%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2017.11.003%0Ahttp://sites.tufts.edu/gis/files/2013/11/Watershed-and-Drainage-Delineation-by-Pour-Point.pdf%0Awww>.

²⁰ 'Berinvestasi Di KEK Mandalika Dipastikan Aman', 2018 <<https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/2018/04/23/berinvestasi-di-kek-mandalika-dipastikan-aman/>>.

No	Lot	Investor	Luas (Ha)	Fasilitas	LUDA	Invest (Rp Miliar)
1.	H4	ITDC	4,80	Pullman	2016	658,0
2.	H3	PT PRIA	7,6	Paramount	2016	421,8
3.	IC1	PT PAIA	2,0	SWRO	2016	307,0
4.	H2	PT Elmar Mitra Perkasa	3,48	Golden Tulip	2016	270,0
5.	KCH1	PT Alam Hijau Mandalika	0,57	Aloft Hotel	2017	75,6
6.	C5	PT Elmar Mitra Perkasa	0,93	Mandalika BC	2018	30,0
7.	BKC1	PT Palamarta Kuta Permai	0,28	Harper Kuta Mandalika	2018	75,0
8.	KCH2	PT Mahkota Permata Mandalika	1,93	Grand Aston	2018	212,3
9.	MCA1	PT Mandalika Jaya Bersama	0,45	Coco Plaza Mandalika	2019	15,5
10.	KGH3	PT Rancang Selaras Mandalika	0,78	Laza Hotel	2019	30,7
11.	SC1A	PT INU	0,91	SPBU Mandalika	2020	12,5
12.	BKC2- 3	PT Kuta Paradise Mandalika	0,68	Hotel & Komersil	2021	112,28
13	Jae Listrik Temp	PT Sinar Tiga Pilar	0,06	Raja Hotel	2021	-
14.	Jalan Akses	PT Sinar Tiga Pilar	0,12	Raja Hotel	2021	-
Total			24,59			2.220,68

(Sumber: ITDC)²¹

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa investasi asing yang masuk ke dalam proyek KEK Mandalika untuk hotel dan commercial hanya berasal dari dua perusahaan yaitu PT PRIA (Perusahaan Resort Indonesia Amerika) dan PT PAIA (Perusahaan Air Indonesia Amerika). Selain itu, terdapat investasi dari perusahaan nasional untuk kerja sama lahan ITDC pada bulan Maret 2022 dengan data berikut:

No	Nama Lot	Luas (M2)	Investor	Rencana Operator	Tanggal Term Sheet	Update
1	KQ2&3	16.326	PT AECS House	Jambuluwuk	20 May 2019	Pembersihan Lahan
2	H6	11.814	PT Istana Putri Mandalika	Novotel	20 August 2019	Reviu draft oleh investor
3	KBP2	702	ITDC NP	Wibit	01 Desember 2019	Pembentukan JV INP
4	KGC5	225	PT Kuta Baru Paradise	Kuta Baru Hotel	28 Maret 2022	Draft LUDA
5	WG2	31.692	PT Ozone Development	Wave Park	-	Batal (Pindah Lot)
6	SB5	63.716	Waringin Hospitality Group	LuminorHotel	-	LV Pagu & RDGL
7	WG5	15.321	PT ITDC Nusantara Properti	Bobobox	-	Pembahasan Skema Kerjasama INP dengan mitra
8	LH1	43.576	PT Ciremai Nusantara Pratama	-	-	LV Pagu & RDGL
9	ICTJKK	4.374m1 dan 370 m2	PT ITDC Nusantara Utilitas	-	06 October 2021	Draft LUDA
10	KQ4	2.167	PT JM	JM Hotel	-	Update RDGL

(Sumber: ITDC)²²

²¹ 'Wawancara Dengan Commissioner ITDC H Irzani, MPd, MSi Di Jempong, 12 September 2023'.

²² 'Wawancara Dengan Commissioner ITDC H Irzani, MPd, MSi Di Jempong, 12 September 2023'.



(Sumber: ITDC)²³

Menurut data yang tertera pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa investasi yang masuk ke proyek KEK Mandalika dalam hal kerja sama lahan hanya berasal dari perusahaan nasional. Se jauh ini, perusahaan-perusahaan asing belum ada yang memberikan investasinya. Berdasarkan pemaparan yang diberikan oleh H Irzani, MPd, MSi selaku Commissioner ITDC menjelaskan bahwa sejauh ini perusahaan-perusahaan negara asing masih hanya sampai tahap lahan di KEK Mandalika.²⁴

3. Culture (Budaya)

ITDC juga memperhatikan aspek kebudayaan dan warisan budaya lokal di wilayah tersebut.²⁵ ITDC dapat mendukung penyelenggaraan festival budaya dan acara tradisional di KEK Mandalika. Festival ini merupakan platform penting untuk mempromosikan dan melestarikan praktik budaya tradisional, seperti tari, musik, seni rupa, dan kuliner khas daerah. Di samping memiliki keindahan wisata maritim, kawasan wisata Mandalika juga memiliki potensi lain yang berupa desa wisata yaitu Desa Adat Sade dan Desa Adat Ende. Atraksi terkenal yang menjadi daya tarik wisata di Mandalika antara lain Duel Tradisional Lombok, Peresean dan Festival Bau Nyale. Dengan melakukan upaya pelestarian budaya dan warisan ini, KEK Mandalika dapat menjadi tempat yang berkelanjutan secara budaya dan menghargai identitas lokal, serta memberikan pengalaman yang kaya dan autentik bagi wisatawan yang berkunjung.

4. People (Masyarakat/Sumber Daya Manusia)

ITDC memperhatikan aspek pengembangan sumber daya manusia atau people development di wilayah tersebut. Pelatihan dan pengembangan keterampilan, ITDC memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada masyarakat lokal terkait dengan industri pariwisata, seperti pelatihan bahasa Inggris, pelatihan pemandu wisata, dan pelatihan manajemen hotel. Pemberdayaan masyarakat lokal, ITDC juga berupaya untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui program-program CSR yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, seperti program pemberdayaan ekonomi dan program kesehatan.²⁶ Adanya *event* WSBK dan Asia Talent Cup di tahun 2021 merekrut banyak tenaga kerja dari Nusa

²³ 'Wawancara Dengan Commissioner ITDC H Irzani, MPd, MSi Di Jempong, 12 September 2023'.

²⁴ 'Wawancara Dengan Commissioner ITDC H Irzani, MPd, MSi Di Jempong, 12 September 2023'.

²⁵ 'ITDC Pedomani Tata Bangunan Dan Lingkungan Untuk Kembangkan KEK Mandalika', 2019 <<https://www.itdc.co.id/press-release/itdc-pedomani-tata-bangunan-dan-lingkungan-untuk-kembangkan-kek-mandalika-20191220064946>>.

²⁶ 'RI Setiawan, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Bidang Pariwisata", 2016.'

Tenggara Barat, termasuk warga enam desa penyangga di sekitar Mandalika. Dengan total 1.475 pekerja dari NTB, Marshall, *Security Covid19, Medical Crew, Event Crew, Crowd Management, Documentation, Cleaning, Tickets, Transportation* dan *Waste Management* untuk kelancaran acara WSBK 2021. Menurut data dari Sirkuit Mandalika di Nusa Tenggara Barat, Sirkuit Mandalika juga menyambut pekerja yang fokus pada berbagai sektor seperti infrastruktur, restoran, Sirkuit Mandalika dan hotel. Sebanyak 11.900 pekerja telah diterima di kawasan Mandalika, dan 8.350 pekerja telah diterima di sektor perhotelan, dimana sekitar 385 pekerja di antaranya dipekerjakan di setiap hotel bintang lima.

5. Tourism (Pariwisata)

Pengembangan infrastruktur pariwisata, ITDC melakukan pembangunan dan pengembangan infrastruktur pariwisata di KEK Mandalika, seperti pengembangan jalan raya, pembangunan hotel dan *resort*, pengembangan tempat wisata, dan fasilitas pendukung pariwisata lainnya. Pemasaran dan promosi, ITDC juga melakukan kegiatan pemasaran dan promosi untuk menarik wisatawan ke KEK Mandalika, seperti partisipasi dalam pameran pariwisata, kerjasama dengan agen perjalanan, serta promosi melalui media sosial dan *website*. Pengembangan produk pariwisata, ITDC berupaya untuk mengembangkan produk pariwisata yang beragam dan menarik untuk wisatawan, seperti olahraga air, festival budaya, kuliner, dan kegiatan alam.

6. Brands (Produk)

Brand yang dibuat oleh ITDC untuk Mandalika bernama *The Mandalika* yang memiliki jargon *premiere destination for sport and entertainment*. Peran utama ITDC adalah merancang, mengelola, dan mempromosikan kawasan ini sebagai tujuan ekowisata yang berkelanjutan, yang menjadi representasi dari upaya nation branding Indonesia dalam sektor pariwisata. ITDC berperan dalam merancang dan membangun infrastruktur yang mendukung pariwisata ekowisata di KEK Mandalika. Mereka bekerja untuk memastikan bahwa pembangunan infrastruktur ini memperhatikan prinsip-prinsip pelestarian lingkungan, seperti pelestarian pantai, ekosistem laut, dan lahan hijau. Peran utama ITDC adalah menciptakan infrastruktur dan fasilitas yang mendukung berbagai kegiatan olahraga, seperti balap motor, yang telah menjadi sorotan utama di KEK Mandalika. Selain memastikan infrastruktur yang memadai, ITDC juga berperan dalam menjalin kemitraan dengan penyelenggara acara olahraga internasional dan nasional untuk mengadakan kompetisi dan turnamen di KEK Mandalika.

Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan konsep nation branding dalam bidang sport tourism. ITDC telah berperan sebagai motor penggerak dalam mengubah Mandalika, sebuah daerah yang sebelumnya belum begitu terkenal, menjadi destinasi wisata olahraga yang terkemuka di Indonesia dan dunia. Dengan mengadakan berbagai event olahraga internasional seperti MotoGP dan kejuaraan balap sepeda, ITDC berhasil menarik perhatian dunia terhadap Mandalika sebagai tujuan utama untuk berolahraga dan mengadakan event-event besar.

Kebijakan pemerintah juga memegang peran penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi keberhasilan ITDC. Pemerintah telah memberikan dukungan dalam bentuk insentif pajak, perizinan, dan fasilitas infrastruktur untuk memudahkan pengembangan Mandalika sebagai destinasi sport tourism. Hal ini telah mendorong investor lokal dan internasional untuk berinvestasi dalam pengembangan kawasan tersebut. Keberhasilan ITDC juga memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan sumber daya manusia (SDM)

setempat. Melalui pelatihan dan penciptaan lapangan kerja dalam industri pariwisata, ITDC telah berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat dan memberikan kesempatan ekonomi yang lebih baik bagi mereka. Selain itu, ITDC telah berperan besar dalam membuat adat Mandalika terkenal.

Dengan mempromosikan budaya dan tradisi setempat melalui event-event budaya dan seni, ITDC telah membantu melestarikan dan mempopulerkan kekayaan budaya Mandalika. Hal ini telah meningkatkan kesadaran akan warisan budaya daerah tersebut di tingkat nasional dan internasional. Akibat dari semua upaya ini, sektor pariwisata di Mandalika telah mengalami peningkatan yang signifikan. Jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, yang mengunjungi daerah tersebut telah meningkat tajam. Ini berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah. Selain itu, peningkatan kunjungan wisatawan juga berkontribusi pada promosi Indonesia sebagai destinasi sport tourism yang menarik, sehingga mendukung upaya nation branding negara secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Dalam upaya mewujudkan Kek Mandalika sebagai Nation Branding di tingkat global, Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) memegang peran yang sangat penting. ITDC telah berperan dalam mengembangkan, mempromosikan, dan membangun infrastruktur pariwisata di Mandalika, dengan tujuan meningkatkan citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata unggulan di mata dunia. Melalui berbagai proyek dan investasi yang dilakukan oleh ITDC, Mandalika telah berhasil menarik perhatian wisatawan internasional. Upaya branding yang kuat telah menghasilkan peningkatan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut. Selain itu, branding Mandalika juga telah menciptakan citra positif tentang Indonesia sebagai destinasi yang eksotis dan beragam.

Meskipun demikian, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi, seperti perluasan infrastruktur dan pengembangan layanan pariwisata yang lebih baik. Selain itu, komitmen jangka panjang dari semua pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, tetap diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan Nation Branding Mandalika. Dalam konteks ini, penelitian ini menekankan pentingnya kerja sama lintas sektor dan upaya berkelanjutan untuk mempertahankan prestasi yang telah dicapai dan terus memperkuat branding Indonesia di tingkat global. Peningkatan citra Mandalika sebagai destinasi pariwisata yang unggul akan memiliki dampak positif pada industri pariwisata nasional dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai kesimpulan, upaya ITDC dalam mewujudkan Kek Mandalika sebagai Nation Branding di tingkat global telah menghasilkan kemajuan yang signifikan dalam meningkatkan citra pariwisata Indonesia. Namun, tantangan dan peluang masih ada di depan, dan penting untuk terus bekerja sama untuk mencapai tujuan branding yang lebih kuat dan berkelanjutan.

REFERENSI

- 'Berinvestasi Di KEK Mandalika Dipastikan Aman', 2018 <<https://investasi-perizinan.ntbprov.go.id/2018/04/23/berinvestasi-di-kek-mandalika-dipastikan-aman/>>.
- 'Damuri, Y. R., Christian, D., & Atje, R. (2015). Kawasan Ekonomi Khusus Dan Strategis Indonesia: Tinjauan Atas Peluang Dan Permasalahan.'
- 'Destination Management' <<https://www.itdc.co.id/business-line/about-destination-management>>.
- 'ITDC Pedoman Tata Bangunan Dan Lingkungan Untuk Kembangkan KEK Mandalika', 2019 <<https://www.itdc.co.id/press-release/itdc-pedoman-tata-bangunan-dan-lingkungan-untuk-kembangkan-kek-mandalika-20191220064946>>.

- 'ITDC. (2017). Indonesia Tourism Development Corporation. Retrieved December 14, 2017, from The Mandalika Website: <https://www.itdc.co.id/the-mandalika/home-page/>.'
- 'ITDC: Dibalik Kesuksesan Pengelolaan Kawasan Nusa Dua, Bali', 2018 <<https://setneg.go.id>>.
- 'Mengapa Sirkuit Motogp Dibangun Di Mandalika' <<https://otomotif.kompas.com/read/2021/10/26/170200915/alasan-mengapa-sirkuit-motogp-dibangun-di-mandalika>>.
- 'RI Setiawan, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Bidang Pariwisata", 2016.'
- 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus', *American Journal of Research Communication*, 5.August (2009), 12–42 <[http://downloads.esri.com/archydro/archydro/Doc/Overview of Arc Hydro terrain preprocessing workflows.pdf](http://downloads.esri.com/archydro/archydro/Doc/Overview%20of%20Arc%20Hydro%20terrain%20preprocessing%20workflows.pdf)><<https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2017.11.003>><<http://sites.tufts.edu/gis/files/2013/11/Watershed-and-Drainage-Delineation-by-Pour-Point.pdf>><[www](http://www.watershed-delineation.com)>.
- 'Wawancara Dengan Commissioner ITDC H Irzani, MPd, MSi Di Jempong, 12 September 2023'.
- A. Susilo A. T. Alaydrus, 'Analysis the Effect of Physical Parameters on Groundwater Salinity in the KEK Mandalika Lombok', 2021.
- Ali Muhson, "Teknik Analisis Kualitatif," *Teknik Analisis* (2018): 1–2, <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, 'Membangun " Nation Branding', *Warta Ekspor*, 2011.
- Fauziah Eddyono, *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, 2019.
- Firmansyah Masrun, Wahidin, Yuniarti, 'Peran Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL)', 8 (2022).
- Gunawan. W, *Seri Hukum Bisnis : Perseroan Terbatas, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999, Hlm 1*.
- Lalu Putrawandi Karjaya, Mala Mardialina, dan Alfian Hidayat 'Kebijakan Pariwisata Lombok Untuk Melepaskan Ketergantungan Terhadap Pariwisata Bali Menuju Pariwisata Internasional', Vol. 3 (2018).
- M. A. Satrio, 'Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding 'Wonderful Indonesia', Vol. 6, No (2021), 65–85.
- Muslim Basya, '*Branding The Nation*', 2016, hlm 1–23.
- Neni Hasnuhidah, "Metodologi Penelitian Pendidikan" (2017): 10.
- PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero), 'Profil ITDC' <<https://www.itdc.co.id/kip/page/baca/2/profil>>.
- Tri Budiyo, *Hukum Perusahaan, Griya Media, Salatiga, 2011, Hlm 35*.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, "<https://peraturan.go.id/uu-no-19-tahun-2003>".