Inovasi Sepatu Pasir Dalam Upaya Mempromosikan Pariwisata Nusa Tenggara Barat

Yunita Arian Sani Anwar*, Nurul Islamiah, Nurul Sahraini, Siti Rabiatul Adawiyah

Program Studi Pendidikan Kimia, Universitas Mataram, Indonesia

Kata Kunci:
sasambo,
inovasi, produk
pariwisata

Abstrak: Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan produk sepatu yang memiliki nilai etnik dan estetika untuk mempromosikan pariwisata NTB yang kaya akan keindahan pantainya. Selain mengajarkan mahasiswa untuk merintis usaha, kegiatan ini dapat melatih kreativitas mahasiswa dalam memanfaatkan potensi yang ada di daerah mereka. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah mengembangkan sepatu dengan menggunakan keberagaman pasir pantai yang ada di Lombok. Diawali dari survey pasir yang cocok digunakan pada beberapa pantai di daerah Lombok. Setelah itu pengembangan produk sepatu dengan menggunakan pasir yang cocok dan hiasan kain sasambo atau kain tradisional lainnya. Produk yang dihasilkan dipasarkan dengan cara menyebarkan pamflet, brosur, memanfaatkan media sosial, dan untuk memperbesar profit produk digunakan metode direct selling yaitu menawarkan secara langsung produk kepada wisatawan di tempat-tempat pariwisata seperti pantai Senggigi, Kuta, dan tiga Gili di kabupaten Lombok Utara, serta menerapkan metode partnership, yaitu bekerjasama dengan produsen sandal lokal. Hasil produksi dan pemasaran menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas akan produk yang dihasilkan. Akan tetapi banyak dari pelanggan yang memberikan masukan untuk mengubah jenis sepatu yang digunakan dengan jenis sepatu yang lebih bagus agar kualitas yang dihasilkan lebih bagus. Selain itu kualitas pelayanan yang dilakukan sangat memuaskan pelanggan yang dimana pelanggan boleh memilih model SASAMBO yang ingin diberi hiasan pada sepatu pasir yang akan dipesan.

Korespondensi: yunita@unram.ac.id

PENDAHULUAN

Bisnis di bidang pariwisata hingga saat ini menjadi sumber devisa yang menjanjikan bagi suatu negara. Pengembangan daerah pariwisata menjadi hal yang menarik untuk dilakukan karena dapat memberi manfaat ekonomi untuk masyarakat sekitar (Bunghez, 2016). Salah satu bentuk pariwisata yang menjanjikan adalah pesona pantai (Ghost & Datta, 2012). Selain keindahan lingkungan sekitar, sumber daya di sekitar pantai dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat sekitar. Pesona pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB) semakin dikenal dan diminati di berbagai negara. Nusa Tenggara Barat dengan segala keunggulan pariwisata yang didukung oleh potensi alam, kekhasan budaya dan kulinernya mulai menjadi tujuan pariwisata wisatawan mancanegara dan nusantara. Terlebih pada tahun 2016, Nusa Tenggara Barat berhasil meraih tiga penghargaan tiga penghargaan sekaligus dalam ajang *World Halal Tourism Awards* (WHTA) di Abu Dhabi (Suara NTB : 2016). Tercatat pada tahun 2015 sejumlah 2.210.527 wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara berkunjung ke Nusa Tenggara Barat dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2016. Hal ini didukung dengan berbagai macam fasilitas yang mulai dibangun dan dikembangkan seperti LIA (Lombok Internasional Airport) yang mempermudah kunjungan wisatawan baik dari luar negeri

maupun dalam negeri dan berbagai macam hotel yang memenuhi kebutuhan akomodasi para wisatawan.

Keindahan pantai dan berbagai macam jenis pasir pantai di Nusa Tenggara Barat inilah yang menjadi daya tarik utama berunjungnya wisatawan ke Nusa Tenggara Barat (NTB). Destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi di Nusa Tenggara Barat oleh wisatawan adalah pantai. Dengan Panjang pantai sekitar 1.259 mil dan 2.333 Km ini (Pusat Data Provinsi Bappeda Prov.NTB: 2004), Nusa Tenggara Barat mampu meningkatkan perekonomian daerah. Oleh karena itu, Kerajinan khas Nusa Tenggara Barat mulai banyak di minati wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Keberagaman jenis pasir pantai di Nusa Tenggara Barat inipun tidak jarang menarik perhatian wisatawan. Seperti halnya pasir pantai pink yang berwarna pink, pasir pantai kuta yang bentuknya seperti merica, dan beragam jenis pasir pantai lainnya. Berdasarkan hasil survei, banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang mengunjungi pantai dan pulang dengan membawa pasir pantai sebagai buah tangan.

Disisi lain, permintaan terhadap alas kaki khususnya sepatu semakin meningkat. Sepatu saat ini bukan hanya sebagai kebutuhan akan tetapi sebagai produk fashion yang sangat di gemari oleh masyarakat khususnya kalangan muda. Menginovasikan pasir sebagai aksesoris sepatu dengan menggunakan pola dari motif kain SASAMBO (Sasak Sumbawa Mbojo) yang memiliki nilai estetika yang tinggi merupakan taktik jitu untuk mempromosikan pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB). Untuk itu perlunya pembuatan *handicraft* berupa TAK TIK TUK PASIR BERJALAN yaitu inovasi mode sepatu yang memanfaatkan pasir pantai di Nusa Tenggara Barat sebagai aksesoris untuk memperindah tampilan sepatu dengan menggunakan pola dari motif kain SASAMBO (Sasak Samawa Mbojo). Sehingga Sepatu pasir ini dapat menjadi ikon pariwisata Nusa Tenggara Barat(NTB).

TAK TIK TUK PASIR BERJALAN merupakan inovasi mode sepatu yang memanfaatkan keberagaman dan keindahan pasir pantai Nusa Tenggara Barat (NTB) sebagai aksesoris untuk memperindah tampilan sepatu dengan memanfaatkan lem rajawali berbentuk cairan bening yang tingkat kerekatannya cukup baik sehingga bisa memberikan kualitas yang optimal ketika di manfaatkan untuk pengeleman benda yang membutuhkan daya tahan yang cukup baik seperti aksesoris sepatu yang berupa pasir. Walaupun terkena air, kemungkinan terlepasnya pasir dari sepatu ini sangat sedikit. Menurut hasil survei, pasir yang di tempel menggunakan Lem ini dapat bertahan hingga 1 tahun. Oleh karena itu, produk inovasi sepatu dengan memanfaatkan pasir pantai Nusa Tenggara Barat ini cocok untuk di jadikan ikon promosi pariwisata Nusa Tenggara Barat khususnya Lombok. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa untuk mendorong terciptanya wirausahaan muda.
2. Mengetahui peluang pasar usaha sepatu pasir sebagai ikon pariwisata di NTB
3. Mengetahui bagaimana cara pemasaran Sepatu Pasir kepada wisatawan yang berkunjung ke NTB

METODE KEGIATAN

Survey Bahan Baku

Survey bahan baku menunjukkan bahwa bahan baku yang digunakan bukanlah jenis pasir biasa akan tetapi pasir jenis merica. Tempat-tempat yang telah menjadi sasaran tempat untuk survey adalah pantai Senggigi, pantai Kute, dan pantai Tanjung Aan. Hasil survey menunjukkan bahwa didapati tidak semua pantai memiliki jenis pasir merica tersebut. Keunggulan dari pasir merica ini yaitu memiliki bentuk yang unik, dan jenis pasir tersebut hanya terdapat di Lombok saja.

Produksi Sepatu

Bahan baku pasir yang telah dihasilkan digunakan untuk produksi sepatu. Bahan pembuatan sepatu menggunakan karet dengan hiasan yang dapat dipilih sendiri oleh pelanggan. Sepatu diproduksi dengan berbagai model yang digemari oleh anak muda.

Pemasaran

Promosi dan pemasaran TAK TIK TUK pada tahap awal dilakukan dengan cara menyebarkan pamflet, brosur, memanfaatkan media sosial, dan untuk memperbesar profit produk digunakan metode direct selling yaitu menawarkan secara langsung produk kepada wisatawan di tempat-tempat pariwisata seperti pantai Senggigi, Kuta, dan tiga Gili di kabupaten Lombok Utara. Serta menerapkan metode partnership, yaitu bekerjasama dengan produsen sandal lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Produk

Tak tik tuk merupakan inovasi sepatu dengan menggunakan hiasan dari keindahan dan keberagaman pasir pantai di Nusa Tenggara Barat (NTB) sebagai aksesoris yang ditempel dipermukaan atas dan dipadukan dengan kain SASAMBO. Dengan harga bahan baku yang tergolong murah yaitu Rp. 35.000 per kilogram pasir pantai dapat memudahkan produksi Sepatu pasir sehingga bisa menekan biaya produksi seminimal mungkin. Hal ini juga dapat menjadi salah satu tujuan wisata, oleh-oleh khas Lombok menjadi incaran para wisatawan yang berkunjung ke pulau seribu masjid ini. Peluang usaha Pasir Berjalan ini sangat menjanjikan dikarenakan wisatawan local dan mancanegara sebagai sasaran pasar utama yang datang ke Nusa Tenggara Barat (NTB) jumlahnya semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahap ini proses yang telah dilakukan adalah survey bahan baku. Yang dimana bahan baku yang digunakan bukanlah jenis pasir biasa akan tetapi pasir jenis merica. Tempat-tempat yang telah menjadi sasaran tempat untuk survey adalah pantai Senggigi, pantai Kute, dan pantai Tanjung Aan. Dalam survey ini didapati bahwa tidak semua pantai memiliki jenis pasir merica tersebut. Keunggulan dari pasir merica ini yaitu memiliki bentuk yang unik, dan jenis pasir tersebut hanya terdapat di Lombok saja.

Produksi awal sepatu menggunakan bahan karet dengan pasir merica sebagai hiasannya. Pasir yang dikumpulkan dari beberapa pantai di Pulau Lombok digunakan sebagai hiasan sepatu. Motif yang digunakan awalnya hanya satu motif saja dengan menonjolkan pasir sebagai hiasannya (Gambar 1).

Gambar 1. Produk sepatu Tak Tik Tuk

Pelayanan Pelanggan

Pelanggan utama kami adalah kaum milenial. Berdasarkan proses pemasaran yang telah dilakukan, pelanggan merasa puas akan produk yang kami buat. Akan tetapi banyak dari mereka memberikan masukan untuk mengubah jenis sepatu yang digunakan dengan jenis sepatu yang lebih bagus agar kualitas yang dihasilkan lebih bagus. Selain itu kualitas pelayanan yang dilakukan oleh

kami sangat memuaskan pelanggan yang dimana pelanggan boleh memilih langsung model SASAMBO yang ingin diberi hiasan pada sepatu pasir yang akan dipesan.

Kebanyakan dari pelanggan yang telah melihat dan membeli produk kami, menginginkan kualitas sepatu yang lebih lembut untuk mencegah adanya rasa sakit pada saat penggunaan sepatu secara lama. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut kami mengubah bahan samping sepatunya yang awalnya berbahan sepatu karet dengan sepatu berbahan kulit sintesis. Yang dimana bahan yang digunakan ini memiliki tekstur yang lebih lembut dan lebih nyaman. Sehingga tidak mengakibatkan luka atau rasa sakit dalam pemakaian masa panjang. Taktik yang kami gunakan dalam pemasaran sepatu pasir ini yaitu dengan industry buyer driver yang dimana pelanggan dapat memilih secara langsung model SASAMBO sepatu yang ingin dipesan, begitupun dengan ukuran sepatunya. Selain itu juga, taktik yang digunakan pada pemasaran ini yaitu pameran diberbagai tempat seperti pantai senggigi, kute, tanjung Aan dan berbagai pantai yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Cara yang digunakan untuk memelihara citra dari produk kami yaitu dengan melakukan pembaharuan disetiap bulannya. Dimana disetiap awal bulan akan selalu update model terbaru dari sepatu pasir. Memperbanyak relasi dengan konsumen dengan mempertimbangkan bauran pemasaran berupa peningkatan kualitas produk, memberikan harga discount sesekali waktu dan mempromosikannya secara online untuk memperkenalkan produk kami kepada masyarakat global.

Pemasaran

Promosi dan pemasaran TAK TIK TUK pada tahap awal dilakukan dengan cara menyebarkan pamflet, brosur, memanfaatkan media sosial, dan untuk memperbesar profit produk digunakan metode direct selling yaitu menawarkan secara langsung produk kepada wisatawan di tempat-tempat pariwisata seperti pantai Senggigi, Kuta, dan tiga Gili di kabupaten Lombok Utara, serta menerapkan metode partnership, yaitu bekerjasama dengan produsen sandal lokal.

Pengembangan sepatu Tak Tik Tuk tidak terlepas dari analisis kebutuhan akan produk pariwisata yang berkualitas di Nusa Tenggara Barat. Pantai menjadi daya tarik pariwisata terbesar di Lombok. Keberadaan pasir putih menjadi salah satu hal yang menarik bagi mereka sehingga terkadang wisatawan membawa pasir tersebut ke daerah asal mereka. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan pengembangan produk sepatu dengan pasir sebagai hiasan. Seperti yang diuraikan oleh Sreekumar & Parayil (2002) sumber daya lokal yang ada di pantai dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Pengembangan produk pariwisata perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat memicu munculnya inovasi. Pertama, produk harus memiliki daya tarik wisatawan; Kedua, kemudahan untuk mendapatkan produk; Ketiga, citra dari destinasi yang dituju (Hasan, 2015: Mirela et al., 2017). Ketiga faktor tersebut dapat terwujud apabila perencanaan dan manajemen telah dilakukan guna merencanakan strategi pengembangan produk berkepanjangan (Silva et al., 2007). Salah satu perencanaan yang dilakukan pada pengembangan sepatu ini adalah melakukan survey terkait jenis pasir yang dapat digunakan pada sepatu.

Sepatu yang telah dikembangkan perlu dipasarkan untuk mengetahui respon konsumen dan memperbaiki kualitas produk yang telah dibuat. Strategi ini penting untuk dapat meningkatkan produk khusus yang dikembangkan guna meningkatkan kualitas pariwisata (Kotler et al., 2006). Awalnya pasir digunakan sebagai satu-satunya hiasan sepatu yang diproduksi. Namun, beberapa pelanggan memberi saran dalam hal bahan pembuat sepatu dan penambahan kain sasambo sebagai kain khas Lombok untuk mempercantik sepatu.

Selain pada penambahan ornamen dan kualitas sepatu, proses pengembangan produk lainnya perlu dipertimbangkan. Rencana pengembangan produk lainnya adalah produksi sandal dengan model yang *up to date* namun tetap memanfaatkan pasir Pantai Lombok sebagai hiasan. Kami berencana untuk bekerjasama dengan produsen sandal lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sepatu Tak Tik Tuk telah diproduksi dengan menggunakan pasir Pantai Lombok dengan menggunakan pasir jenis merica. Pada tahap produksi awal, sepatu menggunakan bahan karet dan hiasan dari pasir. Perbaikan setelah tahap pemasaran pertama adalah menggunakan bahan yang lebih halus dari bahan semula dan menggunakan kain Sasambo sebagai hiasan tambahan sebagai ciri khas Lombok.

Saran

Perlu melakukan inovasi tidak hanya sepatu tapi produk lainnya yang dapat meningkatkan produk pariwisata di Pulau Lombok. Selain itu, keterlibatan mitra dalam produksi sepatu perlu dibangun untuk dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Mataram yang telah memberi dukungan **financial** terhadap kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bunghez, C.L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016, 1-9.
- Ghost, P.K., & Datta, D. (2015). Coastal tourism and beach sustainability-an assessment of community perceptions in Kovalam, India. *GEOGRAFIA online Malaysia Journal of Society and Space*, 8(7), 75-87.
- Hasan, A. (2015). *Marketing Tourism*. Jakarta: CAPS.
- Kotler, P., Jhon. T. Bowen, & Maken, T. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism* 4th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mirela, M., Rabontu, C., & Marinesco, R. (2017). New products and strategies for sustainable tourism in Romania. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(5), 1-9.
- Silva, C.P., Alves, F., & Rocha, R. (2007). The management of beach carrying capacity, the case of nothein Portugal. *Journal of Coastal Research*, 50 (special issue), 135-139.
- Sreekumar, T.T., & Parayil, G. (2002). Contentions and contradiction of tourism as developments option: the case of Kerala India. *Third World Quarterly*, 23(3), 529-548.