



Analisis Pengalaman Wisatawan Mengenai Pelayanan Wisata oleh Masyarakat Lokal di Bazar Mandalika, Kuta Lombok

Zaenul Aly Hudatullah¹, Darmaesti², Afrilia Elizabeth Sagala³

¹Mahasiswa Kepariwisataan, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

²⁻³Dosen Kepariwisataan, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

*Penulis Korespondensi: zaenulalyhudatullah@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze tourists' experiences regarding tourism services provided by the local community at the Mandalika Bazaar in Kuta, Lombok, and identify the factors shaping these experiences. A qualitative descriptive method was employed. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving tourists as primary informants, with management and MSME operators as supporting informants. Data were analyzed through data reduction, presentation, and conclusion drawing, while validity was verified through triangulation. The results show that tourist experiences at the Mandalika Bazaar are primarily shaped by the quality of interactions between tourists and the local community. Tourists perceived local residents as friendly and communicative, without feeling pressured during transactions, creating a welcoming atmosphere. Interactions extended beyond buying and selling to discussions about local culture, signature Lombok products, and tourism recommendations, fostering a more authentic experience. Tourists also considered the bazaar relatively clean, safe, and well-organized, with adequate supporting facilities. Satisfaction resulted from services meeting expectations, particularly friendliness, service speed, accessible information, and product variety. However, challenges included limited foreign language proficiency among some MSME operators, inadequate information signage, and inconsistent kiosk operations. Overall, interpersonal relationships, communication, comfort, and service quality are key factors influencing positive tourist experiences and satisfaction.*

Keywords: Local Community, Mandalika Bazaar, Tourist Experience, Tourist Interaction, Tourist Satisfaction.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman wisatawan terkait pelayanan pariwisata yang diberikan oleh masyarakat lokal di Mandalika Bazaar, Kuta, Lombok, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk pengalaman tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan wisatawan sebagai informan utama, serta pengelola dan pelaku UMKM sebagai informan pendukung. Data dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diverifikasi melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan di Mandalika Bazaar terutama dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Wisatawan memandang masyarakat lokal sebagai pihak yang ramah dan komunikatif serta tidak memberikan tekanan selama transaksi, sehingga menciptakan suasana yang nyaman. Interaksi tidak hanya terbatas pada kegiatan jual beli, tetapi juga mencakup pembicaraan mengenai budaya lokal, produk khas Lombok, dan rekomendasi wisata, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih autentik. Wisatawan juga menilai area bazar relatif bersih, aman, dan tertata dengan baik, serta memiliki fasilitas pendukung yang memadai. Kepuasan wisatawan muncul karena pelayanan mampu memenuhi harapan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan, kemudahan memperoleh informasi, dan keberagaman produk. Namun, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan kemampuan bahasa asing sebagian pelaku UMKM, informasi penunjuk yang kurang optimal, dan operasional kios yang tidak konsisten. Secara keseluruhan, hubungan interpersonal, komunikasi, kenyamanan, dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman positif dan kepuasan wisatawan.

Kata kunci: Masyarakat Lokal, Mandalika Bazaar, Pengalaman Wisatawan, Interaksi Wisatawan, Kepuasan Wisatawan.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Keberhasilan suatu destinasi tidak hanya ditentukan oleh daya tarik yang dimiliki, tetapi juga oleh kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan selama berkunjung. Pengalaman yang positif dapat meningkatkan kepuasan, membentuk persepsi yang baik, serta mendorong

keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung (Hidayah et al., 2025). Dalam hal ini, kualitas layanan menjadi salah satu aspek penting yang membentuk pengalaman wisatawan. Layanan yang meliputi keramahan, kenyamanan, keamanan, kebersihan, kemudahan memperoleh informasi, serta kemampuan memenuhi kebutuhan wisatawan dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan kualitas pengalaman selama berada di destinasi (Wulansari et al., 2024).

Sejalan dengan perkembangan pariwisata berkelanjutan, keterlibatan masyarakat lokal semakin mendapat perhatian melalui penerapan konsep *community-based tourism*. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam kegiatan pariwisata sehingga manfaat ekonomi dan sosial dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat sekitar. Keterlibatan tersebut tidak hanya diwujudkan melalui penyediaan produk dan jasa wisata, tetapi juga melalui penciptaan pengalaman yang autentik bagi wisatawan (Sutomo et al., 2024; Ayu Sita Laksmi et al., 2023). Salah satu kawasan yang mengembangkan pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, Lombok, yang merupakan salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas. Perkembangan kawasan ini telah membuka berbagai peluang ekonomi dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar (Yuli et al., 2023).

Salah satu bentuk keterlibatan masyarakat dalam aktivitas pariwisata di kawasan tersebut dapat dilihat melalui Bazar Mandalika. Bazar ini menjadi ruang interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan melalui aktivitas perdagangan kuliner, kerajinan, suvenir, serta berbagai layanan pendukung wisata (Hafizan et al., 2024). Interaksi tersebut berpotensi memberikan pengalaman yang khas dan autentik bagi wisatawan. Namun, kualitas pengalaman tersebut sangat bergantung pada bagaimana layanan dikelola dan diberikan oleh masyarakat lokal. Perbedaan standar pelayanan, keterbatasan fasilitas, kurangnya informasi, serta aspek kebersihan dan kenyamanan dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi (Hidayah et al., 2025).

Meskipun penelitian mengenai Mandalika telah banyak membahas perkembangan kawasan, dampak ekonomi, dan keterlibatan masyarakat, kajian yang secara khusus mengidentifikasi pengalaman wisatawan terhadap layanan yang diberikan masyarakat lokal di Bazar Mandalika masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengalaman wisatawan terhadap layanan wisata yang diberikan masyarakat lokal serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Bazar Mandalika, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan di kawasan Mandalika.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengalaman wisatawan (*tourist experience*) merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dari berbagai aktivitas, produk, layanan, serta interaksi yang diperoleh wisatawan selama berada di suatu destinasi. Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik, tetapi juga mencakup aspek emosional dan persepsi wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi. Pengalaman yang berkesan dapat tersimpan dalam ingatan wisatawan dan menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan keputusan untuk kembali berkunjung (Abrian et al., 2023; Fyall et al., 2019). Beberapa aspek yang dapat menggambarkan pengalaman wisatawan meliputi kenyamanan, nilai edukatif, kebaruan, dan keamanan (Lim et al., 2021). Dalam konteks penelitian ini, pengalaman wisatawan tercermin melalui kesan berkunjung, interaksi dengan masyarakat lokal, kenyamanan, kepuasan, serta persepsi terhadap layanan yang diterima. Pengalaman yang positif juga berpotensi meningkatkan kepuasan dan kepercayaan wisatawan yang pada akhirnya dapat mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan kembali (Dewi & Musmini, 2023).

Layanan wisata merupakan rangkaian pelayanan yang diberikan kepada wisatawan melalui interaksi, fasilitas, informasi, dan berbagai bentuk bantuan selama kegiatan wisata berlangsung. Tujuan layanan wisata tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar pengunjung, tetapi juga menciptakan kenyamanan, rasa aman, serta pengalaman yang bernilai dan berkesan (Asyifa et al., 2025). Dalam penelitian ini, layanan wisata yang diberikan masyarakat lokal mencakup keramahan, kemampuan berkomunikasi, pelayanan kepada wisatawan, penyediaan informasi wisata, fasilitas pendukung, serta kondisi lingkungan wisata. Karakteristik layanan yang bersifat tidak berwujud, berlangsung secara bersamaan dengan konsumsi, memiliki tingkat variasi, dan tidak dapat disimpan menjadikan interaksi langsung antara penyedia layanan dan wisatawan sebagai unsur penting dalam menentukan kualitas pelayanan. Selain itu, responsivitas, jaminan, dan empati juga menjadi aspek yang diharapkan wisatawan dalam memperoleh pelayanan yang berkualitas (Wahim, 2024).

Pengelolaan layanan wisata berkaitan dengan proses mengatur dan mengoordinasikan berbagai unsur destinasi agar pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan secara optimal. Pengelolaan tersebut meliputi perencanaan, operasional, pengembangan produk, koordinasi antarpemangku kepentingan, serta pengawasan terhadap kualitas pelayanan. Pengelolaan destinasi yang efektif membutuhkan keterpaduan berbagai unsur, seperti atraksi, aksesibilitas, sumber daya manusia, masyarakat lokal, pemasaran, dan organisasi pengelola destinasi (Foris et al., 2020; Abreu et al., 2021). Pearce (2016) juga menekankan bahwa pengelolaan destinasi mencakup perencanaan, konsultasi dengan

masyarakat, pengelolaan lingkungan, koordinasi pemangku kepentingan, dan pengembangan operasional yang saling berkaitan dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal memiliki peran penting sebagai salah satu pihak yang terlibat langsung dalam penyediaan layanan dan pembentukan pengalaman wisatawan.

Pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) merupakan pendekatan pengembangan pariwisata yang memberikan ruang kepada masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam perencanaan, pengambilan keputusan, serta pelaksanaan kegiatan pariwisata di wilayahnya. Masyarakat tidak hanya ditempatkan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku yang memiliki peran dalam menentukan arah pengembangan destinasi (Karjaya et al., 2026; Nagy & Segui, 2020). Partisipasi tersebut dapat dilakukan melalui penyediaan produk dan jasa wisata, pengelolaan potensi lokal, pemberian informasi, hingga interaksi langsung dengan wisatawan. Keterlibatan masyarakat secara aktif dapat mendukung terciptanya pengalaman wisata yang lebih autentik sekaligus memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakat setempat (Yasir et al., 2021).

Keterlibatan masyarakat lokal menjadi bagian penting dalam mewujudkan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan dan pengambilan keputusan memungkinkan terciptanya pengelolaan destinasi yang lebih inklusif serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi berbagai pihak (Setyaningrum & Diswandi, 2023; Purnomo et al., 2018). Selain memberikan manfaat ekonomi, keterlibatan masyarakat juga dapat mendukung pelestarian budaya, meningkatkan kapasitas masyarakat, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik (M. A. Dewi et al., 2019). Dengan demikian, interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal tidak hanya menjadi bagian dari aktivitas pelayanan, tetapi juga menjadi unsur yang dapat membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan terhadap suatu destinasi.

Hubungan antara pengelolaan layanan wisata dan pengalaman wisatawan terlihat dari bagaimana kualitas pelayanan yang diterima dapat membentuk penilaian wisatawan terhadap destinasi. Wisatawan tidak hanya mempertimbangkan daya tarik suatu tempat, tetapi juga memperhatikan kualitas interaksi, kenyamanan, responsivitas, keamanan, dan perhatian yang diberikan selama kunjungan (Sudiarta et al., 2022). Pelayanan yang mampu menyesuaikan kebutuhan wisatawan serta memberikan perhatian secara personal dapat memperkuat keterlibatan emosional dan menghasilkan pengalaman yang lebih bermakna (Bukidz & Chandrigo, 2025; Tracey & Baaki, 2022). Oleh karena itu, semakin baik pengelolaan layanan yang diberikan oleh masyarakat lokal, semakin besar peluang terbentuknya pengalaman wisata

yang positif. Kualitas layanan dan pengalaman yang baik juga dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi (Putri & Hanartyo, 2025).

Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini memandang bahwa layanan wisata yang diberikan masyarakat lokal di Bazar Mandalika merupakan bagian penting dalam membentuk pengalaman wisatawan. Pengalaman tersebut dapat dipengaruhi oleh kualitas interaksi, keramahan dan komunikasi masyarakat, kenyamanan, informasi yang diberikan, fasilitas pendukung, serta kondisi lingkungan wisata. Dengan demikian, kajian mengenai pengalaman wisatawan terhadap layanan masyarakat lokal diperlukan untuk memahami bagaimana wisatawan menilai pelayanan yang diterima sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk pengalaman mereka selama berada di Bazar Mandalika.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami pengalaman wisatawan terhadap layanan wisata yang diberikan masyarakat lokal di Bazar Mandalika Lombok. Pendekatan ini digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan interpretasi informan terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022; Creswell, 2023). Penelitian dilaksanakan di Bazar Mandalika, Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, pada Mei–Juli 2026. Informan dipilih menggunakan teknik **purposive sampling** berdasarkan keterlibatan dan pengalaman mereka terhadap layanan wisata di lokasi penelitian, dengan jumlah informan ditentukan berdasarkan kejenuhan data (**data saturation**) (Creswell & Poth, 2018; Guest et al., 2006).

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan wisatawan, pengelola Bazar Mandalika, dan pelaku UMKM, serta melalui observasi langsung. Data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah dan dokumen yang relevan dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman wisatawan, interaksi dengan masyarakat lokal, aktivitas pelayanan, serta kondisi lingkungan dan fasilitas Bazar Mandalika.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk

meningkatkan kredibilitas temuan penelitian (Miles, Huberman, & Saldaña, 2019; Sugiyono, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengalaman Wisatawan terhadap Pelayanan Wisata oleh Masyarakat Lokal di Bazar Mandalika

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam wisatawan sebagai informan utama, wawancara dengan pengelola dan pelaku UMKM sebagai informan pendukung, observasi, serta dokumentasi, diketahui bahwa pengalaman wisatawan terhadap pelayanan wisata oleh masyarakat lokal di Bazar Mandalika secara umum menunjukkan kecenderungan positif. Pengalaman tersebut terbentuk sejak wisatawan pertama kali memasuki kawasan hingga menyelesaikan aktivitas kunjungannya. Kesan awal wisatawan dipengaruhi oleh kondisi kawasan yang bersih, rapi, nyaman, serta keberagaman produk lokal yang ditawarkan. Keramahan masyarakat lokal juga menjadi salah satu aspek yang paling banyak dirasakan oleh wisatawan. Pelaku UMKM cenderung menyambut wisatawan dengan sopan, memberikan kesempatan untuk melihat produk, menjelaskan informasi yang dibutuhkan, dan tidak memaksakan pembelian. Kondisi tersebut menciptakan suasana interaksi yang santai dan membuat wisatawan merasa diterima selama berada di kawasan Bazar Mandalika. Interaksi yang terjadi juga tidak hanya berorientasi pada transaksi ekonomi, tetapi berkembang menjadi proses pertukaran informasi mengenai produk, proses pembuatan, serta nilai budaya yang terkandung dalam berbagai produk lokal seperti kain tenun, kerajinan, kuliner, dan oleh-oleh khas Lombok. Bagi wisatawan mancanegara, interaksi tersebut memberikan pengalaman budaya yang menarik meskipun masih ditemukan keterbatasan komunikasi akibat kemampuan bahasa Inggris sebagian pelaku UMKM. Dari aspek kenyamanan, wisatawan menilai kawasan cukup aman dan nyaman karena didukung kebersihan lingkungan, penataan kios, fasilitas umum, serta keberadaan petugas keamanan. Kondisi tersebut kemudian berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan. Beberapa wisatawan menyatakan keinginan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan Bazar Mandalika kepada keluarga, teman, maupun rekan kerja. Hasil penelusuran terhadap Google Review juga memperlihatkan kecenderungan penilaian positif terhadap kawasan, terutama terkait kebersihan, kenyamanan, fasilitas, kuliner, dan keramahan masyarakat lokal. Dengan demikian, pengalaman wisatawan di Bazar Mandalika tidak hanya terbentuk dari produk yang ditawarkan, tetapi merupakan hasil dari kombinasi pelayanan

interpersonal, interaksi budaya, kondisi lingkungan, fasilitas, dan keterlibatan masyarakat lokal dalam aktivitas wisata.

Faktor Pendukung Pengalaman Wisatawan

Hasil penelitian mengidentifikasi beberapa faktor yang mendukung terbentuknya pengalaman positif wisatawan di Bazar Mandalika. Faktor pertama adalah keramahan masyarakat lokal yang ditunjukkan melalui sikap sopan, ramah, terbuka, dan tidak memaksa wisatawan untuk melakukan pembelian. Sikap tersebut menciptakan rasa dihargai dan memberikan kebebasan kepada wisatawan dalam menikmati aktivitas berbelanja maupun melihat-lihat produk. Faktor kedua adalah interaksi antara wisatawan dan pelaku UMKM yang memberikan nilai lebih terhadap pengalaman kunjungan. Pelaku UMKM tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga memberikan informasi mengenai bahan, proses pembuatan, fungsi, asal-usul, dan nilai budaya dari produk yang dijual. Interaksi tersebut membuat wisatawan memperoleh pengalaman yang bersifat edukatif dan budaya, sehingga kunjungan tidak hanya berorientasi pada konsumsi. Faktor ketiga adalah kondisi lingkungan Bazar Mandalika yang relatif bersih, rapi, aman, dan tertata. Berdasarkan observasi, kios-kios UMKM tersusun secara teratur dan kawasan dilengkapi fasilitas pendukung seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah, tempat sampah, penerangan, serta petugas keamanan. Faktor keempat adalah keberagaman produk UMKM yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Keberadaan kuliner, kerajinan, kain tenun, dan berbagai produk khas Lombok memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman lokal dalam satu kawasan. Faktor kelima adalah adanya keterlibatan masyarakat dalam membangun pengalaman wisata. Masyarakat lokal tidak hanya berfungsi sebagai pedagang, tetapi juga berperan sebagai pemberi informasi dan pengenalan budaya lokal kepada wisatawan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman wisata yang positif di Bazar Mandalika didukung oleh hubungan antara aspek pelayanan, lingkungan fisik, fasilitas, produk lokal, dan keterlibatan masyarakat. Kondisi tersebut sesuai dengan konsep pariwisata berbasis masyarakat yang menempatkan masyarakat lokal sebagai bagian penting dalam penyediaan pengalaman wisata sekaligus penerima manfaat dari kegiatan pariwisata.

Faktor Penghambat Pengalaman Wisatawan

Di samping berbagai faktor pendukung, penelitian menemukan beberapa faktor yang masih menghambat optimalisasi pengalaman wisatawan di Bazar Mandalika. Faktor yang paling menonjol adalah keterbatasan kemampuan bahasa Inggris pada sebagian pelaku UMKM. Hambatan bahasa dapat menyebabkan informasi mengenai produk, proses produksi, maupun nilai budaya lokal belum dapat disampaikan secara maksimal kepada wisatawan

manecanegara. Meskipun pelaku UMKM telah berusaha menggunakan bahasa Inggris sederhana, bahasa tubuh, atau cara komunikasi lainnya, peningkatan kemampuan bahasa asing tetap diperlukan agar interaksi dapat berlangsung lebih efektif. Faktor penghambat berikutnya adalah keterbatasan media informasi di kawasan. Papan informasi, petunjuk arah, serta informasi mengenai produk dan budaya lokal dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris masih perlu ditambah agar wisatawan dapat memperoleh informasi secara lebih mudah dan mandiri. Keterbatasan fasilitas pendukung juga menjadi perhatian, khususnya kebutuhan terhadap tempat duduk, area berteduh, dan beberapa fasilitas yang dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berada di kawasan. Selain itu, belum optimalnya jumlah kios yang beroperasi pada waktu tertentu dapat membatasi pilihan wisatawan dan mengurangi potensi pengalaman yang dapat diperoleh. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan interpersonal masyarakat lokal sudah cukup baik, pengalaman wisatawan masih dapat ditingkatkan melalui penguatan kapasitas sumber daya manusia, penyediaan informasi yang lebih memadai, serta pengembangan fasilitas pendukung. Dengan demikian, pengembangan Bazar Mandalika tidak hanya perlu mempertahankan kekuatan pada aspek keramahan masyarakat, tetapi juga harus memperhatikan berbagai aspek pendukung yang dapat meningkatkan kemudahan dan kenyamanan wisatawan.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan terhadap pelayanan masyarakat lokal di Bazar Mandalika merupakan hasil interaksi antara faktor manusia, lingkungan fisik, fasilitas, produk lokal, dan pengalaman budaya. Dari berbagai faktor tersebut, keramahan masyarakat lokal menjadi salah satu unsur yang paling dominan dalam membentuk pengalaman positif. Wisatawan tidak hanya menilai pelayanan berdasarkan kecepatan atau kemampuan pedagang dalam memenuhi kebutuhan, tetapi juga berdasarkan bagaimana mereka diperlakukan selama berada di kawasan. Sikap ramah, sopan, terbuka, dan tidak memaksa menciptakan hubungan interpersonal yang positif antara wisatawan dan masyarakat lokal. Selain itu, interaksi yang memberikan informasi mengenai produk dan budaya lokal memperkuat pengalaman wisata karena wisatawan memperoleh pengetahuan yang tidak selalu ditemukan dalam kegiatan wisata yang hanya berorientasi pada transaksi. Kondisi lingkungan yang bersih, aman, dan tertata serta ketersediaan fasilitas juga memperkuat pengalaman tersebut dengan memberikan rasa nyaman selama wisatawan melakukan aktivitas. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman wisata tidak dapat dipisahkan dari kualitas lingkungan dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat lokal. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hidayah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman

wisata berkaitan dengan kepuasan wisatawan serta kemungkinan untuk melakukan kunjungan kembali. Temuan tersebut juga sejalan dengan Dewi dan Musmini (2023) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Dalam konteks Bazar Mandalika, kepuasan wisatawan terlihat melalui pernyataan keinginan untuk kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Namun, keterbatasan bahasa Inggris, media informasi, fasilitas pendukung, dan optimalisasi operasional kios menunjukkan masih adanya ruang untuk pengembangan. Oleh karena itu, peningkatan pengalaman wisatawan dapat dilakukan melalui pelatihan pelayanan dan bahasa asing bagi pelaku UMKM, penyediaan papan informasi multibahasa, peningkatan fasilitas kenyamanan, serta optimalisasi pengelolaan kios. Upaya tersebut penting untuk mempertahankan kekuatan pelayanan berbasis masyarakat sekaligus mengatasi hambatan yang masih ditemukan, sehingga Bazar Mandalika dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih informatif, nyaman, inklusif, dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman wisatawan terhadap pelayanan wisata yang diberikan oleh masyarakat lokal di Bazar Mandalika secara umum menunjukkan kecenderungan positif. Pengalaman tersebut terbentuk melalui keramahan, keterbukaan, dan komunikasi yang baik dari pelaku UMKM, serta sikap tidak memaksa dalam memberikan pelayanan. Wisatawan juga memperoleh pengalaman yang lebih autentik melalui interaksi langsung dengan masyarakat dan informasi mengenai produk serta nilai budaya lokal. Kondisi kawasan yang bersih, aman, tertata, dan didukung fasilitas dasar turut meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Pengalaman positif tersebut juga tercermin dari keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan Bazar Mandalika kepada orang lain. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala, terutama keterbatasan kemampuan bahasa Inggris sebagian pelaku UMKM, kurangnya informasi dalam bahasa asing, dan belum optimalnya operasional beberapa kios. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan dan hubungan interpersonal antara wisatawan dengan masyarakat lokal menjadi unsur penting dalam membentuk pengalaman wisata di Bazar Mandalika.

Berdasarkan temuan penelitian, peningkatan kualitas pengalaman wisatawan di Bazar Mandalika perlu dilakukan melalui penguatan kapasitas masyarakat lokal dan pengembangan fasilitas pendukung. Pengelola bersama pelaku UMKM dapat menyelenggarakan pelatihan pelayanan prima, komunikasi lintas budaya, dan bahasa Inggris dasar secara berkala untuk meningkatkan kemampuan dalam melayani wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara.

Penyediaan informasi dalam dua bahasa, seperti daftar harga, deskripsi produk, petunjuk kawasan, dan informasi budaya lokal juga perlu ditingkatkan agar wisatawan memperoleh informasi secara lebih mudah. Selain itu, pemerintah daerah dan pengelola kawasan The Mandalika diharapkan memberikan pendampingan berkelanjutan kepada UMKM serta mendukung peningkatan fasilitas dan infrastruktur kawasan. Penguatan kerja sama antara pengelola, masyarakat, pelaku UMKM, pemerintah, dan generasi muda juga diperlukan untuk membangun pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas lokasi dan jumlah informan serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengkaji keterkaitan antara kualitas pelayanan, pengalaman, kepuasan, dan loyalitas wisatawan secara lebih mendalam.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di Bazar Mandalika, Kuta, Lombok, sehingga hasil penelitian lebih merepresentasikan kondisi pelayanan pada lokasi tersebut dan belum dapat digeneralisasikan pada destinasi wisata lainnya. Penggunaan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas juga membuat penelitian lebih berfokus pada kedalaman pengalaman wisatawan daripada generalisasi hasil secara luas. Selain itu, penelitian hanya menitikberatkan pada pengalaman wisatawan terhadap pelayanan masyarakat lokal, sementara faktor lain seperti kebijakan pengelolaan destinasi, strategi pemasaran, harga produk, dan kondisi infrastruktur di luar kawasan belum dikaji secara mendalam. Waktu pengumpulan data yang terbatas juga menyebabkan hasil penelitian menggambarkan kondisi pada periode penelitian dan belum mencerminkan kemungkinan perubahan pelayanan maupun pengalaman wisatawan pada waktu yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan informan yang lebih beragam, memperluas cakupan lokasi dan waktu penelitian, serta mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi pengalaman wisatawan sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pelayanan wisata berbasis masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Abreu, A., Liberato, D., & Carlos, J. (Eds.). (2021). *Advances in tourism, technology and systems* (Vol. 293). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-19-1040-1>
- Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman wisata dan citra destinasi: Sebuah kajian pustaka sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>
- Aprilani, T. L., Setiawina, N. D., Marhaeni, A. A. I., & Dewi, M. H. U. (2021). The influence of the role of the government and community participation on the development of the tourism industry and community welfare in Central Lombok District.

- Asyifa, E. R., Siswoyo, H. M., Mintardjo, B. H., Ferdiansyah, L. F., & Tamrin, M. (2025). *Manajemen pariwisata*.
- Ayu Sita Laksmi, P., Gde Wedana Arjawa, I., & Made Pulawan, I. (2023). Community participation to improve tourism industry performance: A case study in Mandalika Lombok tourist area. *International Journal of Social Health*, 2(6), 377–384. <https://doi.org/10.58860/ijsh.v2i6.63>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*.
- Bukidz, D. P., & Chandrigo, J. (2025). Dari lokasi ke layanan: Dampak lokasi dan kualitas layanan pada loyalitas tamu dimediasi oleh pengalaman tamu. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 180–192. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.4994>
- Creswell, J. W. (2023). *Qualitative inquiry and research design*.
- Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature review: Pengalaman dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke desa wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 700–703. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>
- Dewi, M. A., Issundari, S., Rachmawati, I., & Sugiarto, M. (2019). Fostering sustainable tourism development in Merauke through community-based tourism. *Jurnal Ilmu Sosial*, 16(2), 124–132. <https://doi.org/10.21831/socia.v16i2.26778>
- Foris, D., Florescu, A., Foris, T., & Barabas, S. (2020). Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the DMO level by integrating lean techniques. *Sustainability*, 12, 1–22. <https://doi.org/10.3390/su122310201>
- Fyall, A., Legohrer, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). *Marketing for tourism and hospitality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315651026>
- Hafizan, Y., Mudana, I. G., & Budarma, I. K. (2024). Integrating sustainable tourism image with tourist satisfaction and loyalty at Mandalika Special Economic Zone. *International Journal of Glocal Tourism*, 5(3). <https://doi.org/10.58982/injogt>
- Hidayah, I., Muhaimin, A. W., & Isaskar, R. (2025). Intention to revisit agrotourism: Effect of service quality and visitor experience. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung (Journal of Agricultural Engineering)*, 14(6), 2145–2156. <https://doi.org/10.23960/jtepl.v14i6.2145-2156>
- Hospitality, T., & Journal, C. I. (2024). 27 Tourism hospitality and culture insights journal. *Tourism Hospitality and Culture Insights Journal*, 4(1), 27–39. <https://doi.org/10.36983/thcij.v4i1.545>
- Jäckli, U., & Maier, C. (2025). Tourism ecosystem management: The role of trust and procedural justice. *Tourism and Hospitality*, 25(3), 461–474. <https://doi.org/10.1177/14673584241229644>
- Jackson, L. A. (2025). Community-based tourism: A catalyst for achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Karjaya, L. P., Putri, E. A., Khuzaima, A. H., Rahmi, M., & Puspasari, R. K. (2026). Peran community based tourism dalam mendukung sustainable tourism di Desa Wisata Hijau Bilebante Lombok Tengah [The role of community-based tourism in supporting sustainable tourism]. *Sociale: Journal of Social and Political Sciences*, 2(1), 81–111. <https://doi.org/10.69836/sociale.v2i1.650>

- Komariah, N., Saepudin, E., & Rodiah, S. (2019). Women empowerment in the development of agro tourism village. *Atlantis Press*, 203, 69–72. <https://doi.org/10.2991/iclick-18.2019.15>
- Laksmi, P. A. S., Arjawa, I. G. W., & Pulawan, I. M. (2023). Community participation to improve tourism industry performance: A case study in Mandalika Lombok tourist area. *International Journal of Social Health*, 2(6), 377–384. <https://doi.org/10.58860/ijsh.v2i6.63>
- Lim, F. L., Chandrawati, N. E., Nugroho, R. N. S., & Hermawan, H. (2021). Meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dengan pelayanan kependamuan dan penerapan protokol kesehatan di Desa Wisata Nglanggeran: Studi pendahuluan. *Undergraduate Conference of Language, Literature, and Culture*, 1(1), 45–64.
- Muhammad, M. H., Hidayanti, I., Haji, S. A., & Sabuhari, R. (2025). The influence of tourist experience on revisit decisions with the mediation of tourist satisfaction. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 4(5), 277–284. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I5P136>
- Nagy, K. X. H., & Segui, A. E. (2020). Experiences of community-based tourism in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis*, 27(2), 143–163. <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>
- Pearce, D. (2016). Interdependent destination management functions. *Tourism Recreation Research*, 41(1), 37–48. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1119433>
- Pratama, J. F., & Wulandari, D. P. (2024). Pengaruh tourist experience dan travel motivation terhadap revisit intention di Wisata Puncak Lawang. *GARUDA: Global Research on Tourism Development and Advancement*, 6(1), 29–40. <https://doi.org/10.21632/garuda.6.1.29-40>
- Pujiastuti, E. E., Hadi, L., & Zahro, S. A. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi behavior intention: Studi pada wisatawan di objek wisata Puthuk Setumbu Borobudur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 55–70. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.27927>
- Purnomo, A., Ruja, I. N., & Irawan, L. Y. (2018). Typology of tourist Bromo Tengger Semeru National Park as a basic planning integrated tourism design. *Earth and Environmental Science*, 145. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/145/1/012015>
- Putri, E. E., & Hanartyo, E. D. (2025). Pengaruh media sosial, kualitas layanan, dan pengalaman wisata berkesan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 18(1), 364–375.
- Rifdah, B. N., & Kusdiwanggo, S. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengembangan kawasan pariwisata di Indonesia: Tinjauan literatur. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 13(2), 75–85. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v13i2.358>
- Sari, L. P., Noor, A., & Rahayu, A. U. (2020). Tourist experience dari smart tourism destination: Studi kasus di Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(2), 130–141. <https://doi.org/10.17509/jithor.v3i2.25157>
- Setyaningrum, D. A., & Diswandi. (2023). Analysis of the central role of beach tourism objects in village economic development: A case study of Tanjung Bias Beach. *International Journal of Tourism Business Research*, 2(1), 7–13. <https://doi.org/10.29303/intour.v2i1.630>

- Sudiarta, I. N., Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Kualitas layanan dan destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan untuk mengunjungi kembali desa wisata. *Journal of Management and Business*, 4(1), 508–526. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3704>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Alfabeta.
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P. M., Onitsuka, K., & Hoshino, S. (2024). Evaluating policy environment for community-based rural tourism: Multi-actor perspectives in tourism value chain. *Journal of Regional and City Planning*, 35(3), 280–304. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2024.35.3.3>
- Tracey, M. W., & Baaki, J. (2022). Empathy and empathic design for meaningful deliverables. *Educational Technology Research and Development*. <https://doi.org/10.1007/s11423-022-10146-4>
- Wahim, I. (2024). A study on service quality, tourist value perception, and destination image for revisit intention in Lombok. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 8, 146–160. <https://doi.org/10.34013/jk.v8i2.1596>
- Wulansari, R., Madani, S. R., & Ayu, T. K. (2024). Application of service quality dimensions in fulfilling tourist satisfaction at Kaki Langit Tourism Village. *Journal of Rural Tourism*, 2(2), 94–102. <https://doi.org/10.70310/jrt.2024.02021213>
- Yasir, Y., Firzal, Y., Yesicha, C., & Sulistiyani, A. (2021). Pemberdayaan masyarakat berbasis community based tourism (CBT) dalam mewujudkan desa wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 352–360.
- Yuli, S. B. C., Septiani, E., Pramuja, R. A., Supiandi, & Najmudin, M. (2023). Tourism development and local community welfare: A case study of the Mandalika Special Economic Zone. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(4), 2097–2106. [https://doi.org/10.14505/jemt.v14.4\(68\).21](https://doi.org/10.14505/jemt.v14.4(68).21)
- Yusuf, M. (2019). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*.