

ABSTRAK

Pengembangan industri pariwisata global saat ini terintegrasi dalam jaringan *Tourism Global Value Chains* (T-GVC) yang menuntut setiap destinasi untuk melakukan *upgrading* guna meningkatkan daya saing internasional. Indonesia, yang selama ini terpusat pada Bali, melakukan diversifikasi destinasi melalui penetapan Mandalika di Pulau Lombok sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) dan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi daya saing global Lombok, kondisi dan dinamika industri pariwisata daerah, serta strategi pemerintah Indonesia dalam memfasilitasi *upgrading* pariwisata Lombok menuju pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable tourism*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui studi pustaka, analisis dokumen kebijakan resmi, serta wawancara semi-terstruktur dengan pemangku kepentingan (*planners*, pengusaha lokal, dan perwakilan Pokdarwis). Kerangka pemikiran yang digunakan mencakup konsep *International Tourism*, *Tourism Global Value Chains* (T-GVC), dan *Sustainable Tourism*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Lombok memiliki potensi daya saing global yang tinggi berbasis keunggulan sumber daya alam (Gunung Rinjani UNESCO Global Geopark, wisata bahari Gili), kekayaan budaya Sasak, *halal tourism*, hingga *sport tourism* melalui Pertamina Mandalika International Circuit. (2) Kondisi industri pariwisata Lombok mengalami pemulihan pascapandemi yang ditandai dengan peningkatan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel dan perluasan partisipasi masyarakat lokal melalui usaha *homestay*, meskipun masih menghadapi tantangan fluktuasi kunjungan berbasis *event*, keterbatasan penerbangan langsung internasional, serta ketimpangan standarisasi SDM. (3) Melalui alur *governance* (*political will*, *policy*, *planning*, *implementation*, *evaluation*), strategi pemerintah terbukti mampu mendorong *functional* dan *product upgrading* dalam rantai nilai pariwisata global dengan memfasilitasi peran aktor *planners*, *suppliers*, *intermediaries*, dan *tourists* secara terintegrasi guna mewujudkan pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Daya Saing Global, Lombok, Pariwisata Berkelanjutan, Strategi Pemerintah, Tourism Global Value Chains (T-GVC).*