

STRATEGI PENGEMBANGAN TENUN RANGRANG SEBAGAI PRODUK WISATA ANDALAN NUSA PENIDA BALI

Firlie Lanovia Amir, SE., M.Par (firlie@stpbi.ac.id)

I Gusti Made Riko Hendrajana, SE., MM (rickozonic@yahoo.com.)

ABSTRACT

This study was made to study the potential of Tenun Rangrang of Nusa Penida, as well as to determine strategies and programs that can be done to develop the potential of Tenun Rangrang as tourism product. This study uses a qualitative descriptive approach to measure related variables, and uses SWOT matrix to explain and determine data in the formulation of strategies and programs. From the results of data processing, there are several decisive factors in the development of the potential of Tenun Rangrang, which are incorporated in internal and external factors. Of the two factors has successfully formulated 4 strategies and programs to develop them, including the SO strategy (developing the appeal of Tenun Rangrang including the surrounding environment), ST (Developing cultural tourism in Nusa Penida), WO (doing the right promotion), and WT (related to human resource development). It is hoped that this research can also be a reference for several policies that can be taken by the local government to develop tourism in Nusa Penida, as well as for people to be able to develop the potential of Tenun Rangrang to be much better.

Keywords: *Potential, Tenun Rangrang, Sustainable Tourism*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi kain tenun Rangrang dari Nusa Penida, serta untuk menentukan strategi dan program yang dapat diterapkan untuk mengembangkan potensi tenun Rangrang sebagai produk pariwisata. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengukur variable yang berhubungan, dan menggunakan matrik SWOT untuk menjelaskan dan menentukan data dalam rumusan strategi dan program. Dari hasil analisis, diketahui terdapat sejumlah factor penentu dalam pengembangan potensi tenun Rangrang, yang dikategorikan sebagai faktor internal dan eksternal. Dua factor telah berhasil diformulasikan kedalam empat strategi dan program pengembangan, termasuk strategi SO (mengembangkan tampilan tenun Rangrang termasuk lingkungan sekitar), ST (mengembangkan pariwisata budaya di Nusa Penida), WO (melakukan promosi yang tepat), dan WT (berhubungan dengan pengembangan sumberdaya manusia). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk kebijakan-kebijakan yang diambil oleh pemerintah setempat untuk mengembangkan pariwisata di Nusa Penida, serta dapat menambah pemahaman masyarakat umum dalam pengembangan potensi tenun Rangrang.

Kata kunci: Potensi, Tenun Rangrang, Pariwisata berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikunjungi wisatawan yang berdatangan dari berbagai penjuru dunia dengan berbagai alasan. Hal itu disebabkan Indonesia menawarkan beragam destinasi pariwisata yang memang telah terkenal dan diakui keindahannya sehingga sungguh sangat sayang untuk dilewatkan. Keindahan Indonesia tidak hanya di wilayah daratan seperti pegunungan ataupun

pantai, yang menawarkan berbagai objek wisata dengan kemasan sedemikian rupa dan dengan keindahan tiada tara. Namun tidak kalah pentingnya, Indonesia juga memiliki budaya yang eksotis dimata para wisatawan.

Pemahaman kalangan masyarakat dari hasil dari kebudayaan adalah produk budaya, baik dalam bentuk lukisan, pahatan, maupun hasil karya lainnya yang sifatnya bisa disentuh atau diraba. Salah satu alasan para wisatawan

mengunjungi negara kita adalah karena produk yang menjadi ciri khas, entah itu karena fungsi, keunikan produk, maupun bahan dasar yang dipakai dalam pembuatannya. Kain tenun adalah salah satu produk budaya yang cukup terkenal. Kain tenun yang dihasilkan dari berbagai alat tenun di berbagai daerah di Indonesia juga sangat beragam, dengan salah satunya adalah kain Tenun Rangrang yang diproduksi di Nusa Penida Bali.

Kain tenun jenis ini menjadi salah satu ciri khas kain tenun daerah Nusa Penida, sebuah pulau yang terletak di sebelah timur pulau Bali. Kalau dirunut sejarahnya, kain tenun Rangrang dapat diperkirakan sudah ada pada jaman Majapahit dengan nama *Cerik Bolong* (Sudarsana et.al. 2014). Disebut sebagai *Cerik Bolong* karena keunikan tenunan kain ini yang berlubang-lubang, sehingga membuatnya berbeda dengan kain tenun yang diproduksi oleh kabupaten lain di Bali seperti Tabanan ataupun Denpasar. Berkaitan dengan motif berlubang tersebut, hal itu merupakan simbol transparansi masyarakat setempat (Lestari. 2014), serta kejujuran dan keharmonisan yang ingin dijaga dalam kehidupan masyarakat di pulau yang lokasinya terpisah dengan daratan Bali (Andi. 2015). Selanjutnya kembali ditambahkan Sudarsana et.al (2014) nama Cerik Bolong itu kemudian berubah menjadi Nyrangnyang dan selanjutnya Rangrang seperti yang kita kenal sekarang.

Awalnya kain Tenun Rangrang ini hanya dipergunakan dalam kegiatan keagamaan saja. Namun seiring perkembangan jaman, kain yang dulunya disakralkan ini kembali diproduksi masal oleh masyarakat setempat pada tahun 2011 yang lalu (Sudarsana. 2014), yang bertujuan untuk melestarikan keberadaan kain ini di Nusa Penida (Andi. 2015).

Dengan keunikan dan fungsi yang dimiliki, kain tenun Rangrang dapat dikatakan memiliki potensi yang tinggi baik untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat Nusa Penida dan untuk pariwisata di kepulauan itu sendiri. Pemberdayaan yang tepat serta pengembangan yang berkelanjutan dari kain Tenun Rangrang akan dapat memberikan efek ekonomi jangka panjang terhadap para produsen kain Tenun Rangrang di daerah ini. Perkenalan kain Tenun Rangrang ini ke pangsa pasar yang lebih luas, kepada dunia, akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan keberadaan kain Tenun jenis ini, yang tentu saja akan meningkatkan omset penjualan kain Tenun

Rangrang. Selain itu tingkat promosi Kain Tenun Rangrang yang baik juga diharapkan mampu menarik minat wisatawan yang datang ke daerah Nusa Penida. Seperti yang kita ketahui, kunjungan wisatawan yang datang ke Nusa Penida selalu tertarik dengan keindahan alam yang dimiliki tempat ini. Dengan semakin dikenalnya Kain Tenun Rangrang oleh dunia internasional, maka wisatawan yang datang ke pulau ini tentu akan memiliki alasan lain selain hanya mengunjungi alam saja, melainkan ingin melihat proses pembuatan kain Tenun Rangrang dan juga membelinya sebagai cinderamata.

Berbagai keunikan dan potensi yang dimiliki oleh kain tenun Rangrang Nusa Penida ini menjadi menjadi perhatian dalam konteks penelitian untuk meneliti strategi apa saja yang yang bisa dilakukan untuk mengembangkan kain tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida. Diharapkan secara tidak langsung penelitian ini akan mampu memberi inspirasi serta bahan pembelajaran tambahan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Bali, khususnya daerah Nusa Penida, sekaligus melestarikan budaya mereka dalam menenun kain tenun Rangrang.

B. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut diatas, maka ruang lingkup masalah yang akan terjawab melalui penelitian ini adalah :

- a. Apa saja potensi yang dimiliki kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida?
- b. Apa strategi yang bisa dilakukan untuk mendukung kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida?

C. Tujuan dan manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh mengenai strategi yang bisa dilakukan untuk mendukung kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah menetapkan strategi untuk mendukung kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Nusa Penida.

2. Manfaat Penelitian

Seperti telah diuraikan diatas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran strategi yang bisa dilakukan untuk mendukung kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida. Melalui hasil penelitian ini, Pemkab setempat dapat

menerapkan strategi yang tepat guna untuk mampu mendukung kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida.

Bagi pihak-pihak yang menggantung hajat hidupnya dari pariwisata budaya Nusa Penida, khususnya dari keberadaan kain tenun Rangrang ini, dapat menerapkan strategi yang tepat untuk mempromosikan produk maupun jasa yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan penjualan maupun meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya.

II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian yang mengangkat produk pariwisata, terutama kain tenun yang berasal dari Bali telah beberapa kali dilakukan. Namun nampaknya penelitian akan keberadaan maupun potensi kain tenun Rangrang yang berasal dari Nusa Penida ini masih sangat minim terutama yang menyangkut pengembangannya sebagai produk andalan. Penelitian yang tergabung dalam sebuah buku mengenai Wastra (Kain) Bali (Seraya, 1987), menyebutkan kalau kain-kain produksi masyarakat Bali yang utama diperuntukkan sebagai pakaian adat dan sebagai sarana upacara keagamaan. Kain-kain tersebut umumnya diproduksi dengan alat tenun tradisional, meskipun beberapa diantaranya saat ini telah juga diproduksi menggunakan alat tenun yang lebih modern. Dalam penelitian lainnya dalam buku yang sama disebutkan juga kalau antusias masyarakat untuk mengetahui mengenai sejarah dan koleksi museum Bali yang berkaitan dengan Wastra Bali sangatlah besar, sehingga perlu adanya peningkatan pemahaman dengan penerbitan penelitian-penelitian lainnya dalam bisa kain tradisional Bali.

Seakan menjawab tantangan tersebut, salah satu penelitian yang berkaitan dengan kain tekstil, terutama kain tenun tradisional Bali, adalah penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati (1997, dalam Artawan, 2008). Dengan judul penelitian “Peranan Kain Gringsing dalam Pariwisata di Desa Tenganan Bali”, Sulistyawati membahas mengenai keberadaan kain Gringsing dalam kehidupan tradisional dan juga fungsinya dalam kehidupan sosial budaya. Dengan lebih jauh penelitian ini membahas pentingnya kain Gringsing dalam kehidupan masyarakat sebagai produk budaya karena sarat akan nilai, diantaranya: nilai guna dalam hubungannya dalam pemakaian dan keindahan, nilai makna atau simbolik, serta nilai

asesoris yaitu dalam konteks kehidupan sosio kultural.

Penelitian yang lebih teknis tentang proses pengerjaan kain tenun telah pula dilakukan oleh, salah satunya, Budiono (1994). Dalam penelitiannya Budiono membahas mengenai teknik pencelupan benang dalam proses pembuatan tekstil. Disebutkan kalau proses pencelupan pada dasarnya menjadi sangat penting karena dari proses tersebut bisa diperoleh motif dan warna kain yang sesuai dengan yang diinginkan oleh pengerajin.

Namun penelitian tentang kain tenun tradisional tidaklah sebatas sejarah, makna, maupun proses teknis pengerjaannya. Lebih dari itu, kain tenun tradisional Bali seakan telah menjadi komoditi dan industri yang tidak bisa dianggap remeh karena telah berhasil membantu masyarakat, termasuk keterkaitannya dengan bidang sosiokultural di sebuah daerah. Sukarja (2000) melakukan penelitian yang menghubungkan kain tenun tradisional dengan gender, khususnya dengan pemberdayaan terhadap perempuan. Penelitian yang dilakukannya di Desa Sukarara Lombok Tengah Sukarna menjelaskan bahwa usaha kain tenun di desa tersebut telah berhasil menggeser hubungan gender dalam rumah tangga. Tampaknya kaum perempuan telah berhasil menggeser atau melepaskan diri dari stigma kaum dengan posisi subordinat menjadi lebih sejajar dengan para laki-laki di desa tersebut, terutama dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan urusan rumah tangga.

Memang telah banyak contoh kalau kain tenun tradisional telah menjadi sebuah industri menjanjikan bagi masyarakat. Salah satu tambahan penelitian mengenai hal itu dilakukan oleh Sitorus (2000) yang mengkaji usaha kain tenun di masyarakat Toba. Hasil penelitiannya menunjukkan kalau golongan masyarakat lokal merupakan penggerak perekonomian daerah sekaligus sebagai penggerak transformasi sosial dalam komunitas lokal. Kultur agraris di Batak Toba telah mereproduksi mempengaruhi keluarga para pengusaha-pengusaha tersebut, dimana penganutan dan pengalaman etos kerja para petani Batak Toba seperti bekerja untuk pendidikan generasi penerus sehingga mencapai keberhasilan yang produktif, kekayaan dan kehormatan, telah berimplikasi negatif terhadap keberlangsungan usaha tenun Baliage di daerah itu. Bagaimana tidak, anak-anak yang telah mengenyam pendidikan tinggi tidak lagi berminat untuk menekuni dan menggantikan

profesi orang tua mereka, sehingga suksesi kepemimpinan dalam perusahaan keluarga mereka menjadi gagal.

Dari beberapa penelitian diatas dapat dikatakan kalau keberadaan kain tenun tradisional telah memegang peranan penting untuk beberapa dimensi, seperti kepada tenaga kerja, industri itu sendiri, serta terhadap keberlangsungan pariwisata di sebuah daerah yang perekonomiannya sedikit banyak tergantung dari produk pariwisata semacam kain tenun ini. Untuk menambah beberapa referensi penelitian tentang kain tenun kedepannya, maka penelitian kali ini juga akan membahas bagaimana potensi kain tenun tradisional ini sebagai produk andalan Nusa Penida seperti yang juga sedang digiatkan oleh pemerintah

B. Landasan Teori

1. Pengembangan Daya Tarik Wisata

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, menjelaskan Daya Tarik Wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Kemudian Spillane (1994) menambahkan lima unsur penting yang terlibat dalam suatu objek wisata yaitu: *Attraction* atau hal-hal yang menarik perhatian wisatawan, *Facilities* atau fasilitas - fasilitas yang diperlukan, *Infrastructure* atau infrastruktur dari objek wisata, *Transportation* atau jasa angkutan, dan yang terakhir *Hospitality* atau keramah tamahan. Sedangkan dalam pengembangan daya tarik wisata, Ismayanti (2009: 147) memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Dalam arti, daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

2. Teori Perencanaan Pariwisata

Perencanaan adalah suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan terlebih dahulu sebelum melaksanakan kegiatan. Dalam hal ini Murphy (1988) menyebutkan kalau perencanaan berhubungan dengan antisipasi dan pengaturan terhadap perubahan yang terjadi dalam sebuah sistem kegiatan untuk meningkatkan keuntungan dalam bidang sosial, ekonomi dan lingkungan. Ditambahkan Andriotis (2000) juga, perencanaan dalam bidang pariwisata bertujuan untuk memastikan menambah pendapatan dan lapangan pekerjaan, serta untuk memastikan konservasi sumberdaya dan

kepuasan pengunjung. Dalam konteks tersebut, perencanaan pariwisata secara berkelanjutan sangat diperlukan. Ditambahkan Angelevska-Najdeska dan Rakicevik (2012), perencanaan pariwisata berkelanjutan dibuat untuk melestarikan lingkungan. Perencanaan tersebut dibuat untuk menangkai segala aktivitas pariwisata berlebihan yang menggunakan sumber daya secara intensif dan berlebihan di sebuah tempat tanpa adanya upaya pelestarian sebelumnya. Perencanaan dan upaya pelestarian bisa dianalisis melalui dua aspek, yaitu segala hal yang menyangkut komunitas lokal dan segala konsep yang menyangkut kualitas pariwisata.

3. Teori Community Based Tourism

Community Based Tourism (CBT) atau pariwisata berbasis kemasyarakatan, diharapkan mampu melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pemberdayaan pengembangan pariwisata, dengan mengelola budaya lokal, baik itu faktor alam, kuliner, kerajinan, maupun sosial budaya yang bisa dikemas secara mandiri oleh masyarakat. Menurut Suansri (2003) ada beberapa prinsip dari *Community Based Tourism* yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut: 1) Mengenali, mendukung, dan mempromosikan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata, 2) Melibatkan anggota masyarakat dari setiap tahap pengembangan pariwisata dalam berbagai aspeknya, 3) Mempromosikan kebanggaan terhadap komunitas bersangkutan, 4) Meningkatkan kualitas kehidupan, 5) Menjamin keberlanjutan lingkungan, 6) Melindungi ciri khas (keunikan) dan budaya masyarakat lokal, 7) Mengembangkan pembelajaran lintas budaya, 8) Menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia, 9) Mendistribusikan keuntungan dan manfaat yang diperoleh secara proporsional kepada anggota masyarakat, 10) Memberikan kontribusi dengan presentase tertentu dari pendapatan yang diperoleh untuk proyek pengembangan masyarakat, dan 11) Menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya. Berdasarkan prinsip-prinsip diatas sudah jelas memang kalau *CBT* sangat berbeda dengan pengembangan pariwisata lainnya yang terkadang hanya fokus pada pembangunan infrastruktur atau hal-hal fisik yang ada dalam elemen pariwisata. Namun *CBT* lebih menekankan pada aspek pelaku, dalam hal ini masyarakat, dan memberdayakan potensi lokal yang dimiliki oleh mereka, sekaligus menjadikan mereka sebagai pelaku utama yang

langsung memberdayakan apapun potensi lokal yang mereka miliki.

Pariwisata Berkelanjutan

Menurut lembaga pariwisata dunia PBB, UNWTO (2016), pariwisata berkelanjutan mengandung arti pariwisata yang sangat mempertimbangkan tingkat ekonomi, dampak terhadap sosial dan budaya, mempertimbangkan keinginan wisatawan, industri, serta juga lingkungan dan komunitas pendukung baik dari waktu saat ini maupun di masa yang akan datang. Ditambahkan lagi kalau garis besar perkembangan dan pengaturan pariwisata berkelanjutan sangat mampu diaplikasikan kepada semua bentuk pariwisata, karena prinsip berkelanjutan yang dimaksud mampu merangkul aspek lingkungan, ekonomi, dan sosio-budaya dari pariwisata itu sendiri. Selanjutnya keseimbangan harus dijaga terus menerus antara ketiga dimensi itu untuk memperoleh konsep berkelanjutan untuk jangka waktu yang lama. Namun pariwisata juga memberikan efek buruk seperti kesenjangan sosial, hilangnya beberapa warisan budaya, ketergantungan ekonomi dan degradasi terhadap ekologi (UNESCO, 2016). Menurut UNESCO juga banyak orang sedang mencari konsep bertanggung jawab untuk mengurangi efek buruk dari pesatnya perkembangan pariwisata dan sekaligus mencari bentuk liburan yang lebih bertanggung jawab. Maka lahirlah berbagai pariwisata alternatif semacam pariwisata budaya, ekowisata, dan pariwisata alam.

III METODE PENELITIAN

A. Tahapan Penelitian

Aspek pertama yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi yang dimiliki kain Tenun Rangrang Nusa Penida. Tentunya potensi yang dimiliki pastinya beragam, sesuai dengan padanan kain tradisional lainnya yang pernah diteliti seperti yang tercantum pada kajian pustaka sebelumnya. Potensi kain tenun Rangrang ini akan diuraikan dan dijabarkan sesuai dengan masalah yang diteliti, serta dipadukan dengan kajian teori yang telah diteliti sebelumnya.

Selanjutnya hasil identifikasi tersebut akan dianalisa dengan matriks SWOT untuk menentukan keempat elemen yang ada, berupa kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki kain tenun Rangrang ini. Dari hasil analisa SWOT tersebut akan dianalisa kembali untuk mencari strategi yang cocok untuk empat hal, yaitu; SO (strategi yang menjadi paduan antara kekuatan dan

kesempatan, yang biasanya membahas pengembangan daya tarik dan lingkungan), ST (strategi kekuatan dan ancaman, yang membahas bidang pengembangan pariwisata berkelanjutan yang merupakan paduan antara kekuatan dan ancaman), WO (strategi perpaduan antara kelemahan dan kesempatan, yang membahas pengembangan serta promosi kain), dan terakhir WT (strategi yang menjadi paduan kelemahan dan ancaman, yang membahas pengembangan SDM).

Hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini adalah kumpulan strategi tepat guna yang diharapkan mampu mengembangkan kain Tenun Rangrang menjadi produk andalan Nusa Penida yang akan mampu mengangkat pariwisata pulau secara khusus dan Bali pada umumnya, serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dari sektor pariwisata ini. Gambar 2.1 menggambarkan analisis data dengan analisa SWOT.

S EFAS	IFA	<i>Strengths (S)</i> Tentukan 5 - 10 faktor kekuatan Internal	<i>Weaknesses (W)</i> Tentukan 5 - 10 faktor kelemahan Internal
<i>Opportunities (O)</i> Tentukan faktor peluang Eksternal		<i>Strategi SO</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<i>Strategi WO</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Tentukan faktor ancaman Eksternal		<i>Strategi ST</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<i>Strategi WT</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.1 Analisa SWOT

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif

merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, serta dari hasil sebaran kuesioner. Sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata/kalimat maupun gambar. Penelitian ini mengumpulkan fakta-fakta deskriptif tentang kain tenun Rangrang di wilayah Nusa Penida dan segala sesuatu yang berkaitan dengannya termasuk pemanfaatannya oleh masyarakat sekitar.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Pendekatan ini dipakai karena selain praktis, analisa SWOT dapat lebih menyeluruh menganalisa permasalahan yang terjadi sehingga data dan hasil analisisnya menjadi lebih menyeluruh dan lengkap sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini erat kaitannya dengan keberadaan kain tenun Rangrang di Nusa Penida. Maka dari itu penelitian akan dilakukan di kawasan Nusa Penida yang keberadaannya sudah dikenal sebagai pulau dengan tujuan pariwisata yang menjanjikan.

D. Sumber dan jenis data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data dan fakta pengelolaan/ pemanfaatan kain Tenun Rangrang di Nusa Penida, termasuk wawancara dan data kuesioner dari masyarakat dan tokoh masyarakat setempat. Data sekunder yang diperlukan adalah data penunjang pemanfaatan kain Tenun rangrang ini baik oleh pengunjung maupun berdasar kajian yang sudah dilakukan.

Sumber data penelitian ini adalah dari kuesioner dan wawancara terhadap kelompok masyarakat yang aktif terlibat dalam pemanfaatan kain Tenun Rangrang. Sumber data lain dapat berupa literature, ataupun dokumen-dokumen yang dapat memberikan gambaran mengenai kain tenun Rangrang ini.

E. Metode dan teknik pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan teknik pengambilan data kuesioner serta pengambilan basis data (Jogiyanto, 2008). Menurut Jogiyanto dalam bukunya tentang metodologi penelitian Sistem informasi, teknik pengambilan basis data merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan untuk mendapatkan data arsip sekunder.

Data yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan kuesioner adalah data pemanfaatan kain tenun Rangrang, kendala yang dihadapi dalam produksi, pemanfaatannya, pemasaran, proses perdagangan, serta kontribusi kepada masyarakat Nusa Penida. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengambilan basis data, adalah data yang terkait dengan teknik promosi yang dilakukan serta data pasti penjualan/pemasukan kain tenun Rangrang bagi masyarakat Nusa Penida.

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Potensi yang dimiliki kain Tenun Rangrang sebagai produk wisata andalan Nusa Penida

Penentuan potensi yang dimiliki kain Rangrang Nusa Penida sebagai produk wisata tidak terlepas dari beberapa faktor. Diantaranya adalah faktor Internal, yang mana faktor-faktor tersebut tidak terlepas dari terlibatnya 4 variabel utama yang diantaranya adalah a) Daya Tarik (*Attraction*), b) Aksesibilitas (*Accessibility*), c) Fasilitas/Kenyamanan (*Amenities*), d) Jasa Pendukung (*Ancillary Service*) (Cooper et al. 2000. Dalam Wahdiat. 2011). Keempat factor tersebut akan dijelaskan dan dijabarkan secara singkat dibawah ini:

1. Daya Tarik (*Attraction*)

Sebuah tujuan wisata memang tidak terlepas dari daya Tarik yang dimiliki oleh tempat yang bersangkutan. Seperti yang juga diungkapkan dalam tulisan Sekartjajrarini et al. (2015), *No attraction no destination*, dengan pengertian absensi daya tarik adalah tidak adanya tujuan wisata. Jadi memang dapat dipahami Bersama daya tarik atau atraksi wisata merupakan kunci terbentuknya daerah tujuan wisata. Daya Tarik yang dimaksud dalam hal ini adalah segala sesuatu yang menarik bagi para pengunjung atau wisatawan, baik itu berupa daya Tarik alam, lingkungan, social budaya, dan segala hal yang menarik dari suatu daerah.

Mengingat kategori kain Tenun Rangrang sebagai produk manusia yang berkaitan dengan sosial budaya maka beberapa indikator akan dianalisis lebih mendalam. Diantaranya, indikator pertama adalah motif kain. Menurut sebagian besar responden kain Rangrang memiliki keindahan kain yang khas daripada produk kain lainnya. Warnanya yang cerah dan motifnya yang unik menambah daya

tarik terhadap kain ini. disamping itu warna yang cerah diproses dari pewarna alami yang di dapat dari alam Nusa Penida, sehingga warna yang terbentuk pun mencerminkan keindahan alam Nusa Penida. Namun tidak bisa dipungkiri banyak kain tenun Rangrang yang beredar dipasaran yang dibuat dengan pewarna buatan, sehingga sebagian besar memiliki warna yang “ menyala”. Hal ini dapat dipahami sebagai akibat permintaan yang berlebih akan ketersediaan kain Rangrang. Meskipun demikian responden tetap mengapresiasi indikator ini bahwa kain tenun Rangrang memiliki motif yang indah.

Selanjutnya adalah indikator kesediaan kain. Hampir semua responden mengatakan kain jenis ini sangat mudah diperoleh. Yang membedakan adalah kain Rangrang yang diproses secara alami dan diproses secara buatan. Seperti yang sudah dibicarakan sebelumnya, permintaan kain yang cukup tinggi telah membuat beberapa pengrajin memproduksi kain ini secara masal. Untuk itu mereka terpaksa menggunakan pewarna buatan. Dampaknya adalah harga kain yang lebih murah dengan warna kain yang lebih cerah. Berbeda dengan kain tenun Rangrang yang diproduksi dari bahan – bahan alami, yang cenderung membutuhkan waktu yang lebih lama, sehingga harga kain pun cenderung lebih mahal. Namun banyak diantara para responden menyebut kebanggaan mereka saat memperoleh dan menggunakan kain tenun Rangrang yang diproses secara alami.

Turut mendukung daya tarik kain tenun Rangrang ini adalah keramahan para pengrajin di Nusa Penida hampir seluruh responden menyebut masyarakat pengrajin adalah masyarakat yang ramah. Hal ini disadari karena masyarakat tersebut adalah warga desa yang masih lugu. Oleh karena itu terlihat para responden dan wisatawan yang berkunjung ke Nusa Penida menjadi sangat betah dan nyaman saat mengamati proses dan ahkan ikut membantu menenun kain Rangrang ini. Disamping itu kenyamanan, keindahan dan keunikan pulau Nusa Penida memang tidak perlu disangsikan lagi.

2. .aksesibilitas

Faktor kedua ini tidak kalah penting dari yang pertama. Aksesibilitas dapat diartikan sebagai cara atau jalan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Seperti yang kita ketahui, Nusa Penida adalah pulau kecil yang terletak berdekatan dengan pulau bali. Maka dari itu

akses masuk ke pulau Nusa Penida sebagian besar melalui pulau Bali. Ada dua akses pelabuhan utama melalui pulau Bali yaitu pelabuhan Padang Bay dan melalui pantai Sanur. Namun hanya pelabuhan Padang Bay yang mampu mengakomodasi kendaraan besar seperti mobil atau truk. Sedangkan penyeberangan melalui pantai Sanur hanya mampu menggunakan perahu kecil seperti perahu cepat dan perahu tradisional. Disamping itu ada penyebrangan lainnya seperti pantai Kusamba yang juga mampu menyeberangkan wisatawan dengan menggunakan perahu kecil. Jadi pada intinya akses masuk ke arah pulau tidak menjadi masalah. Hanya saja banyak wisatawan dan responden yang mengeluhkan jalanan yang ada di pulau Nusa Penida , yang menurut mereka agak rusak, berbatu, dan bergelombang.

3. kenyamanan

Diantara faktor yang mendukung kenyamanan adalah fasilitas pendukung seperti toilet umum, parkir, dan juga pedagang. Beberapa responden menyebut fasilitas yang dimaksud sudah mulai dibangun meskipun ada kekurangan seperti kebersihan toilet umum, ketersediaan air bersih yang harus tetap tersedia, serta jumlah fasilitas yang perlu ditambah. Hal ini dapat disadari karena Nusa Penida sudah mulai menjadi tujuan wisata yang cukup terkenal sehingga pemerintah daerah terus mengupayakan pembenahan fasilitas umum. Sebagai tambahan masukan responden, pemerintah daerah hendaknya menambah beberapa papan petunjuk menunjuk arah daerah tujuan wisata atau sekedar memberikan informasi tambahan akan daerah wisata yang dimaksud.

4. Jasa Pendukung

Indikator-indikator yang dimaksud sebagai jasa pendukung adalah pengelolaan, pelayanan, promosi , pusat informasi, serta aturan (Code Of Conduct). Indikator ini menjadi sangat penting sebagai acuan tingkat kenyamanan para wisatawan.

Menurut para responden semua indikator dapat ditingkatkan. Sebagai catatan penting indikator pengelolaan daya tarik serta ketersediaan pusat informasi masih sangat kurang. Kalaupun ada, masih kurang refresentatif. Beberapa aturan khusus yang ada di Nusa Penida dapat diketahui dari mulut ke mulut, meskipun belakangan ini aturan-aturan tersebut dapat dilihat dari beberapa papan

informasi yang tertempel di tempat umum, yang jumlahnya masih kurang memadai.

Selain faktor internal diatas, ada juga beberapa faktor eksternal yang berpengaruh. Faktor eksternal adalah segala variabel luar yang dapat mempengaruhi pengembangan kain tenun Rangrang sebagai produk wisata. Variabel yang dimaksud termasuk variable politik, ekonomi, social budaya, teknologi informasi, lingkungan, keamanan, serta daya saing. Hampir sebagian besar responden menyebut variable teknologi informasi memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan kain tenun Rangrang ini, mengingat akhir-akhir ini social media merupakan sarana ampuh dalam strategi pemasaran.

Keberadaan media internet yang semestinya bisa maksimal menjadi terkendala karena akses jaringan yang kurang bagus. Kemungkinan diakibatkan letak pulau Nusa Penida yang agak terisolir. Disamping itu beberapa pelaku wisata yang merupakan “generasi lama” kurang mampu memanfaatkan keberadaan sosial media ini, ditambah anak-anak muda yang memang sudah fasih menggunakan internet hanya memakai sosial media sebagai sarana hiburan semata seperti chating, update status, serta berbagi foto atau video konyol, tidak cukup untuk membuat atau mempromosikan kain Tenun Rangrang secara maksimal.

Faktor lain yang dapat apresiasi dari responden adalah faktor lingkungan dan sosial budaya. Kedua faktor ini tampaknya saling berkaitan satu sama lain. Sebagai contoh, kehidupan masyarakat yang didominasi masyarakat pedesaan masih sangat menjunjung hubungan mereka dengan alam, sehingga alam Nusa Penida masih tetap terjaga.

Untuk variabel ekonomi, yang mana ekonomi dunia sudah semakin baik, para responden berharap hal ini mampu meningkatkan kunjungan ke Nusa Penida dan pembelian terhadap kain tenun Rangrang. Disamping itu situasi politik, keamanan, dan suasana kondusif akan menambah antusiasme wisatawan untuk mengunjungi Nusa Penida . Sebagian besar responden membenarkan kalau faktor keamanan memegang peranan yang cukup penting dalam kunjungan kesebuah daerah, terlebih di masa sekarang mereka dengan mudah dapat “memeriksa” sebuah daerah dari berita online sebelum pergi ketempat yang bersangkutan.

Berkaitan dengan faktor daya saing, menurut para responden daya saing kain tenun Rangrang masih di bawah beberapa kain terkenal lainnya, seperti kain songket, batik, ataupun endek. Responden menganggap pemerintah masih perlu mengadakan promosi di berbagai media seperti media cetak maupun online untuk mengangkat nama kain tenun jenis ini. Disamping itu keterlibatan masyarakat luas seperti disainer ataupun pelaku wisata lainnya juga sangat diharapkan, seperti melakukan pergelaran busana yang memakai bahan dasar kain tenun Rangrang ataupun mengolah kain menjadi berbagai sandang lainnya seperti topi, pakaian, atau bahkan pernak pernik.

B. Strategi pengembangan kain tenun Rangrang menjadi produk wisata.

Berkaitan dengan penjelasan sebelumnya, baik itu dari faktor internal maupun eksternal, maka strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan kain tenun Rangrang menjadi produk wisata adalah dengan strategi memperluas pasar (Market Share). Strategi ini menurut Umar (2009) merupakan usaha pemasaran suatu produk atau jasa pada lingkup yang lebih luas.

Hal yang bisa dilakukan untuk melanjutkan strategi ini adalah melalui modifikasi produk. Modifikasi sangat penting dilakukan disamping untuk menambah pasar-pasar juga untuk menambah pilihan bagi konsumen sehingga penetrasi pasar menjadi semakin dalam. Menurut Umar (2009), penetrasi dan perluasan pasar dilakukan untuk memperbaiki dan mengembangkan produk yang sudah ada.

Mengingat produk tidak hanya berbentuk fisik tapi juga bisa berbentuk jasa atau aktifitas (BBC. 2014), maka dari itu integrasi antara kain tenun Rangrang dan elemen lainnya perlu dimaksimalkan. Maka dengan pengertian tersebut pengembangan potensi kain tenun Rangrang menjadi produk wisata bisa dilakukan melalui modifikasi serta promosi, dan juga integrasi produk dengan atraksi lain yang ada di wilayah Nusa Penida . Strategi khusus pengembangan kain tenun Rangrang menjadi produk wisata.

Formulasi strategi khusus ini dimulai dari analisa SWOT, yang menganalisa kekuatan dan kelemahan pengembangan kain tenun Rangrang menjadi produk wisata. Dari analisa tersebut akan tersusun beberapa alternatif yang merupakan strategi khusus dari turunan strategi umum yang dibuat sebelumnya.

Dari analisis empat variable utama sebelumnya, dibuatlah beberapa indikator untuk memudahkan pengukuran yang dituangkan dalam matriks SWOT. Indikator-indikator tersebut sudah melingkupi analisis faktor internal maupun eksternal. Di dalam analisis matrik SWOT didapatlah empat buah strategi yang nantinya akan dikembangkan sebagai bagian dari pengembangan potensi kain tenun Rangrang sebagai produk wisata. Keempat strategi tersebut adalah; strategi SO, yang membahas kekuatan untuk memanfaatkan peluang, strategi ST, yang menggunakan kekuatan dalam mengatasi ancaman, Strategi WO; yang meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang; strategi WT, yaitu strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Masing-masing strategi akan dijelaskan di bawah ini

Strategi SO fokus pada pengembangan daya tarik dalam hal ini pengembangan kain tenun Rangrang serta lingkungan Nusa Penida. Upaya yang bisa dilakukan untuk mewujudkannya adalah dengan memberikan pelatihan proses pembuatan kain tenun Rangrang, baik dari proses pembuatan sampai pada produksi dan modifikasi. Upaya ini bisa dilakukan terhadap anak-anak muda, sehingga tradisi menenun dapat diteruskan dari generasi ke generasi. Disamping itu integrasi daya tarik kain tenun Rangrang terhadap lingkungan Nusa Penida bisa dilakukan dengan menempatkan ciri khas kain tenun Rangrang pada objek-objek wisata yang ada di Nusa Penida, seperti misalnya mengenalkan identitas kain tenun Rangrang pada toko-toko yang terletak di objek wisata terkait, sehingga para wisatawan lebih mengenal dan mengetahui kain tenun jenis ini. Strategi kedua, Strategi ST, fokus untuk hal-hal yang berkaitan dengan menjaga budaya serta pariwisata berkelanjutan.

Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mewujudkannya adalah dengan menjaga tradisi penggunaan kain tenun Rangrang kepada anak-anak muda serta merawat dan memperbaiki lingkungan di sekitar daya tarik kain tenun Rangrang. Fokus strategi ini juga akan menyasar kehidupan masyarakat lokal. Dengan terjaganya tradisi menenun, terpeliharanya keberadaan kain tenun Rangrang, dan lestariannya lingkungan alam Nusa Penida, maka para wisatawan akan semakin betah untuk berkunjung dan menikmati wisata mereka di Nusa Penida, sehingga daya beli para wisatawan bisa semakin tinggi yang tentu akan berujung

pada peningkatan ekonomi masyarakat Nusa Penida.

Strategi ketiga, strategi WO, lebih menekankan pada promosi. Promosi yang dimaksud tentu saja pada pengembangan kain tenun Rangrang sebagai produk wisata. Wujud nyata promosi bisa dilakukan melalui sosial media yang akhir-akhir ini semakin meluas. Promosi dengan cara ini memiliki keunggulan yaitu dapat menjangkau wilayah yang sangat luas, murah, cepat, dan menjangkau segmen yang lebih beragam. Promosi jenis ini juga mampu menembus pasar-pasar dunia secara singkat, yang bahkan dapat dilakukan dari tempat duduk. Untuk pasar-pasar lokal, disamping melalui sosial media bisa juga dengan melakukan pameran-pameran antar provinsi. Terkadang para konsumen ingin secara langsung menyaksikan proses pembuatan kain tenun Rangrang, serta melihat dan meraba langsung kain tenun Rangrang dari dekat.

Strategi yang terakhir adalah strategi WT, yang berkaitan dengan sumber daya manusia (SDM). Sebelumnya sudah disebutkan beberapa hal tentang pengembangan SDM. Diantaranya dengan memberikan pelatihan kepada generasi muda, yang bisa dilakukan dengan mendatangkan langsung pelatih ke Desa-desa mereka. Pelatihan yang dimaksud tidak hanya pada pelatihan menenun saja, tetapi bisa juga pada manajemen pengelolaan asset, pemasaran, atau bagaimana memodifikasi kain tenun menjadi produk lain sehingga segmen pasar semakin luas. Pelatihan-pelatihan ini bisa dilakukan secara berkala baik itu setiap minggu atau setiap bulan sehingga ilmu mereka tetap konsisten dan berkesinambungan.

V PENUTUP

Kain tenun Rangrang bisa diperdagangkan menjadi produk wisata untuk kesejahteraan penduduk Nusa Penida. Banyak hal yang sudah dilakukan dalam bidang promosi, namun bisa ditingkatkan lagi agar mampu menyaingi beberapa kain yang sudah terkenal seperti kain batik atau kain endek. Beberapa kekurangan pengembangan potensi kain tenun Rangrang yang berhasil diketemukan terletak pada sarana pendukung seperti akses jalan dan juga fasilitas pendukung lainnya. Namun ada juga kelebihan kain tenun Rangrang yang bisa dikembangkan, seperti daya tarik kain, keramahan warga, dan alam budaya Nusa Penida yang bisa menunjang pengembangan kain tenun Rangrang menjadi produk wisata.

Semua Kekurangan dan kelebihan tersebut telah dianalisis matrik SWOT. Secara singkat ada empat strategi terformulasi, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT. dalam ruang lingkup strategi SO, prioritas utama terletak pada pelestarian kain tenun Rangrang serta integrasi dengan lingkungan sekitar yang menjadi daya tarik Nusa Penida. Integrasi ini diharapkan data juga mengangkat perekonomian masyarakat Nusa Penida. Selanjutnya dalam strategi ST memfokuskan pada pelestarian budaya dan pengembangan Pariwisata berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk menjaga keberlangsungan kain tenun Rangrang dan pariwisata yang ada di Nusa Penida nantinya.

Jenis strateg ketiga, strategi WO, adalah pengembangan promosi. Didapat promosi yang paling efektif dilakukan melalui sosial media untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Strategi terakhir adalah strategi WT untuk pengembangan sumber daya manusia (SDM). Pengembangan SDM ini bisa dilakukan dengan memperbanyak latihan, baik itu pelatihan menenun, maupun pengelolaan asset dan daya tarik wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriotis, Konstantinos. 2000. Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements of Bournemouth University for the degree of Doctor of Philosophy.
- Ismayanti. (2009). Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana
- Katerina Angelevska-Najdeska, Gabriela Rakicevik. 2012. Planning of sustainable tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 44 (2012) 210 – 220.
- Lestari, Sri. 2014. Sejarah Tenun Cepuk Rangrang Asal Nusa Penida. Diakses pada tanggal 25 November 2015 dari laman; <http://travel.kompas.com/read/2014/12/08/141900527/sejarah.tenun.cepuk.rangrang.asal.nusa.penida>
- Murphy, P.E. and Andressen, B. (1988). *Tourism development on Vancouver Island: An Assessment of the core-periphery model*. The Professional Geographer.
- DPR RI. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Diunduh pada tanggal 10 Januari 2016 dari laman; http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf.
- UNWTO. 2016. Sustainable Development of Tourism. <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- UNESCO. 2016. World Heritage and Tourism in a Changing Climate. <http://whc.unesco.org/document/139944>

