



STRATEGI PENGEMBANGAN HOMES STAY BERBASIS MASYARAKAT LOKAL DI DESA KUTA – LOMBOK TENGAH

Oleh

Murianto M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : muriantompar@gmail.com

Abstract

Kuta tourism village is a tourism village in Central Lombok Regency with the advantage of being close to the KEK Mandalika Resort and has local potential that can be an attraction for tourists. The existence of this tourist village becomes an opportunity for residents to provide homestay for tourists. In addition to being offered accommodation, homestays also become new business opportunities for the people. The development of homestay is only used by certain groups so it requires research to know more about homestay conditions in Kuta Tourism Village. Therefore, this study aims to analyze the development of homestay in Kuta Tourism Village using SWOT Analysis which will produce strategy & Program development well. The research method used in this research is qualitative method with the method of collecting data is in depth interview. The results of this study will illustrate the development of homestay program seen from Homestay development strategy by Local people in Desa Kuta - Central Lombok. Homestay in Kuta Village is managed by Groups of Local Communities. Institutional and perpetrators of this homestay program produce the products offered as attractions that become the reason tourists to come in the form homestay houses and activities that become tourist attractions. The results of this analysis will be the basis of strategies, programs and advice on the development of existing homestay in the village of Kuta - Central Lombok.

Keywords: Kuta Tourism Village, Homestay Development, Lokal Community

PENDAHUALUAN

Pulau Lombok telah ditetapkan menjadi pintu gerbang pariwisata Nasional dalam MP3EI Koridor V (Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia). Pembangunan kepariwisataan Lombok telah berlangsung selama lebih dari tiga dasawarsa namun hingga kini belum memiliki arah yang jelas karena tidak didukung oleh perencanaan yang matang. Sebagai aktivitas yang bersifat lintas sektoral, sektor pariwisata membawa dampak langsung dan tidak langsung terhadap tiga aspek utama pembangunan (*triple bottom line*) yang meliputi: ekonomi, sosial budaya dan lingkungan hidup. Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah upaya memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif aktivitas kepariwisataan terhadap ketiga aspek pembangunan tersebut. Agar pembangunan pariwisata di Lombok berjalan secara berkelanjutan, diperlukan perencanaan

yang didasarkan pada prinsip-prinsip keberlanjutan yang berlaku secara global, nasional, dan lokal.

Salah satu daerah tujuan wisata yang menjadi alternative bagi wisatawan yang penat dengan hiruk pikuk kehidupan perkotaan serta penurunan kualitas lingkungan kota, adalah pariwisata pedesaan atau yang biasa disebut desa wisata. Desa wisata dibentuk dengan mengedepankan gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya serta pelibatan masyarakat setempat dan pengembangan mutu produk desa wisata tersebut. Desa wisata dibangun dengan konsep kembali ke alam serta menawarkan peri kehidupan masyarakat yang lebih alami serta menampilkan kekayaan kebudayaan daerah setempat.

Desa Kuta merupakan salah satu desa wisata yang memiliki perkembangan wisata yang cukup tinggi beberapa tahun terakhir. Desa Wisata



Kuta membutuhkan akomodasi yang bisa menarik wisatawan untuk meluangkan waktu lebih lama di desa tersebut. Oleh karena itu, masyarakat Desa Kuta sedang mengembangkan Homestay dengan konsep berbasis masyarakat lokal, dimana dengan adanya homestay ini, pengunjung dapat menginap dan dengan intens berinteraksi dengan masyarakat lokal. Pada awalnya pengembangan homestay. Akan tetapi, pelayanan Homestay berbasis masyarakat lokal masih belum dikelola secara profesional seperti informasi yang tidak tepat, kamar kotor, sarapan pagi yang lambat dan sebagainya. Disamping itu juga, strategi pengembangan dan pemasaran masih relatif sederhana yang hanya mengandalkan pengsalaman seadanya dan pemasaran yang sederhana. Oleh karena itu, peneliti menarik untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan Homestay berbasis masyarakat lokal di Desa Kuta Lombok Tengah. Rumusan Masalah Penelitian di atas dapat dirumuskan masalah tentang “Bagaimanakah Strategi Pengembangan Homestay Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Kuta-Kabupaten Lombok Tengah. Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Potensi Daya Tarik wisata di Desa Kuta – Lombok Tengah
2. Untuk mengetahui perkembangan perkembangan Homestay berbasis masyarakat Lokal di Desa Kuta – Lombok Tengah
3. Untuk merenakan strategi pengembangan Homestay Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Kuta – Lombok Tengah.

Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjadikan refrensi strategi pengembangan Homestay Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Kuta – Lombok Tengah
2. Untuk menjadikan refrensi strategi promosi dan pemasaran Homestay berbasis masyarakat lokal di Desa Kuta – Lombok Tengah

3. Untuk mendidik Masyarakat Pengusaha Homestay Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Kuta – Lombok Tengah

LANDASAN TEORI

Pariwisata Lombok

Pariwisata adalah “perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu”. Ditambah pula bahwa pariwisata terbagi atas beberapa jenis, yaitu: (1) pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*); (2) pariwisata untuk berekreasi (*recreation tourism*); (3) pariwisata untuk budaya (*culture tourism*); (4) pariwisata untuk olah raga (*sport tourism*); (5) pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*); dan (6) pariwisata untuk berkonvensi (*conventional tourism*).

Pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: (1) menggalakkan ekonomi; (2) Memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup; (3) memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa. Berdasarkan Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 2 bahwa pengembangan pariwisata harus berdasarkan pada prinsip (a) manfaat, (b) kekeluargaan, (c) adil dan merata, (d) keseimbangan, (e) kemandirian, (f) kelestarian, (g) partisipatif, (h) berkelanjutan, (i) demokrasi, (j) kesetaraan dan (k) kesatuan.

Faktor Pendorong Pengembangan Pariwisata

Dewasa ini maupun pada masa yang akan datang, kebutuhan untuk berwisata akan terus meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dunia, serta perkembangan penduduk dunia yang semakin membutuhkan refreshing akibat dari semakin tingginya kesibukan kerja. Menurut Fandeli (1995), faktor yang mendorong manusia berwisata adalah:

- 1) Keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan hidup sehari – hari di kota, keinginan untuk mengubah suasana dan memanfaatkan waktu senggang



- 2) Kemajuan pembangunan dalam bidang komunikasi dan transportasi
- 3) Keinginan untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai budaya masyarakat dan di tempat lain
- 4) Meningkatnya pendapatan yang dapat memungkinkan seseorang dapat dengan bebas melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya.

Aspek kelembagaan dapat memengaruhi semua aspek lain. Pengembangan destinasi dan industri tentu akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pemasaran. Dalam hal ini pembangunan pariwisata Indonesia diharapkan dapat:

- Menjadikannya sebagai destinasi wisata nasional/internasional yang berkelanjutan
- Meningkatkan posisi Indonesia di pasar internasional maupun nasional sehingga jumlah kunjungan akan meningkat
- Memberikan kesempatan bagi industri kepariwisataan sebagai penopang aktivitas wisata untuk berkembang menjadi industri yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha/pemilik usaha, tetapi juga bagi pekerja dan masyarakat luas; dan dari ketiga hal tersebut
- Menumbuhkembangkan suatu sistem kelembagaan yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten melalui regulasi yang ditegakkan secara efektif.

Manajemen Strategi

Tiga tahap dalam manajemen strategi yaitu sebagai berikut :

1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan. Keputusan perumusan strategi mendorong suatu organisasi untuk komit pada produk, pasar, sumber daya, dan teknologi spesifik dalam jangka waktu yang lama.

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

2. Penerapan Strategi

Penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi-strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Penerapan strategi mencakup pengembangan budaya yang suportif pada strategi, penciptaan struktur organisasional yang efektif, penerahan ulang upaya-upaya pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan serta pemanfaatan system informasi, dan pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi. Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih merupakan seni daripada pengetahuan.

3. Penilaian Strategi

Penilaian atau evaluasi strategi merupakan cara utama untuk memperoleh informasi kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik. Strategi dapat dimodifikasi kapan saja karena berbagai faktor eksternal dan internal terus-menerus berubah. Tiga aktivitas penilaian strategi yang mendasar adalah (1) peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, (2) pengukuran kinerja, (3) pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi diperlukan karena keberhasilan senantiasa menciptakan persoalan baru dan berbeda.

Akomodasi

Salah satu tugas yang sangat penting dari seorang perencana yakni memikirkan perkembangan yang diperlukan di masa mendatang pada sektor akomodasi wisata agar dapat memenuhi pertambahan yang diperkirakan dalam lalu lintas wisatawan di negara itu, untuk keperluan tersebut, data berikut harus dicari:

1. Jumlah perkiraan pengunjung yang akan datang. Perkiraan ini harus dicari dengan teknik perkiraan (*forecasting*) dan studi pemasaran yang canggih.
2. Rata-rata lama tinggal yang diperhatikan di negara itu dan di setiap daerah wisatanya.



3. Jumlah keseluruhan malam menginap wisatawan di negeri itu (akan lebih mudah diperhitungkan jika kita sudah menemukan dua data sebelumnya).
4. Ciri-ciri khas gambaran musim kedatangan wisatawan.
5. Susunan kedatangan wisatawan (dalam kelompok, berpasangan atau sendiri-sendiri, keluarga).

Strategi Pengembangan dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, & Threats)

Dalam merumuskan strategi yang tepat bagi perusahaan, terdapat tiga tahap perumusan

Strategi sebagai berikut :

1. Tahap Input Matriks SWOT
Menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS untuk meringkas dan mengevaluasi faktor-faktoreksternal dan internal perusahaan.
2. Tahap Pencocokan Matriks SWOT
Matriks SWOT berfungsi untuk membantu perusahaan mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (strength-opportunity), strategi WO (weakness-opportunity), strategi ST(strength-treat), dan strategi WT (weakness-treat).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian, wawancara mendalam (*in-deph interview*) yaitu peneliti bertanya langsung kepada informan yang dipilih, dan studi dokumen (dokumentasi). Arikunto (2013)

Teknik Penentuan Informan

Vol.13 No.3 Oktober 2018

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa dalam suatu penelitian penentuan informan sangat mempengaruhi hasil dari penelitian tersebut terlebih lagi penelitian kualitatif, karena penentuan informan berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum. Maka dalam penelitian ini teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan beserta ancaman dan peluang untuk menggambarkan kecocokan paling baik di antara keempat faktor tersebut. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran, dasar dari strategi ini terdapat pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sugiyono:2014).

Melakukan analisis SWOT merupakan awal yang penting dalam merumuskan strategi karena analisis SWOT harus memperhatikan kekuatan dan kelemahan internal yang berbeda dari kekuatan dan kelemahan kompetitor, selain itu SWOT harus memperhatikan kesempatan dan ancaman eksternal kunci yang dihadapi perusahaan. Oleh sebab itu, analisis SWOT harus fokus pada pendataan keuntungan kompetitif dan keuntungan strategis perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Homestay Di Desa Kuta- Lombok Tengah

- | | |
|------------------------|------------|
| 1. Nama Homestay | :Bule |
| Homestay | |
| Jumlah Kamar | : 09 Kamar |
| Jumlah Karyawan | : 04 Orang |
| Management Pengelolaan | : |
| Management Keluarga | |

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems



-
- | | |
|---|---|
| 2. Nama Homestay :Maharani
Homestay
Jumlah Kamar : 06 Kamar
Jumlah Karyawan : 02 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 10. Nama Homestay :Yuli
Homestay
Jumlah Kamar : 32 Kamar
Jumlah Karyawan : 15 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 3. Nama Homestay :Imelda
Homestay
Jumlah Kamar : 11 Kamar
Jumlah Karyawan : 10 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 11. Nama Homestay :Bintang
Homestay
Jumlah Kamar : 10 Kamar
Jumlah Karyawan : 5 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 4. Nama Homestay :Same
Same Homestay
Jumlah Kamar : 09 Kamar
Jumlah Karyawan : 7 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 12. Nama Homestay : Homestay
Jumlah Kamar : Kamar
Jumlah Karyawan : Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 5. Nama Homestay :Dina
Homestay
Jumlah Kamar : 07 Kamar
Jumlah Karyawan : 4 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 13. Nama Homestay : Homestay
Jumlah Kamar : Kamar
Jumlah Karyawan : Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 6. Nama Homestay :Sahabat
Homestay
Jumlah Kamar : 05 Kamar
Jumlah Karyawan : 2 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 14. Nama Homestay :Diyah
Homestay
Jumlah Kamar : 14 Kamar
Jumlah Karyawan : 7 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 7. Nama Homestay :Kuta
Lemon Homestay
Jumlah Kamar : 05 Kamar
Jumlah Karyawan : 2 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 15. Nama Homestay :Sasak
Bungalow
Jumlah Kamar : 12 Kamar
Jumlah Karyawan : 05 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 8. Nama Homestay :Hery
Homestay
Jumlah Kamar : 05 Kamar
Jumlah Karyawan : 03 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga | 16. Nama Homestay :Dewi
Homestay
Jumlah Kamar : 4 Kamar
Jumlah Karyawan : 2 Orang
Management Pengelolaan :
Management Keluarga |
| 9. Nama Homestay :Santai
Homestay
Jumlah Kamar : 06 Kamar
Jumlah Karyawan : 02 Orang | 17. Nama Homestay :Depa
Homestay
Jumlah Kamar : 06 Kamar
Jumlah Karyawan : 02Orang |



Management Pengelolaan	:		a) Pertama, perlu adanya pengembangan sarana dan prasarana di Kuta Lombok beserta infrastruktur dalam mendukung jalanya aktivitas kepariwisata.
Management Keluarga	:		
18. Nama Homestay	:	Roby	b) Kedua, yaitu dengan penambahan fasilitas pengelola pariwisata lainnya seperti; pusat layanan informasi yang biasa disebut <i>Tourism Information Center</i> , dan lebih memperhatikan masalah keamanan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata.
Homestay	:		
Jumlah Kamar	:	08 Kamar	
Jumlah Karyawan	:	03 Orang	
Management Pengelolaan	:		
Management Keluarga	:		
19. Nama Homestay	:	Qurnia	c) Perlu adanya pembangunan akomodasi pariwisata seperti; program pembangunan toilet umum, dan program pembuatan tempat-tempat sampah yang ramah lingkungan
Homestay	:		
Jumlah Kamar	:	15 Kamar	
Jumlah Karyawan	:	6 Orang	
Management Pengelolaan	:		
Management Keluarga	:		
20. Nama Homestay	:	Relaxing	
Homestay	:		
Jumlah Kamar	:	08 Kamar	
Jumlah Karyawan	:	3 Orang	
Management Pengelolaan	:		
Management Keluarga	:		

Strategi Pengembangan Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Strength-Opportunity* (S-O)

Dari strategi ada beberapa strategi yang didapatkan yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, strategi tersebut adalah :

1. Strategi pengembangan destinasi pariwisata, dalam mendukung pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok sangat perlu dilakukan terlebih dahulu adalah mengembangkan potensi-potensi yang sudah ada, dalam hal ini ada beberapa program yang bisa di aplikasikan untuk mengembangkan potensi wisata Kuta Lombok seperti, mengelompokkan daya tarik wisata terlebih dahulu seperti potensi perlu dilakukan juga pembuatan wisata unggulan yang nantinya akan menjadi salah satu andalan atau menjadi icon Kuta Lombok

2. Strategi pengembangan destinasi pariwisata, dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, ada beberapa program yang bisa diterapkan untuk mengembangkan destinasi pariwisata Kuta Lombok, program-program tersebut antara lain:

Strategi pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Strength-Threat* (S-T)

Strategi *Weakness-Opportunity*, strategi ini menghasilkan strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata Kuta Lombok, untuk mengatasi hal tersebut, ada beberapa program yang bisa dilakukan Antara lain :

- 1) Dalam meningkatkan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata Kuta Lombok selain melakukan kerjasama dengan pemerintah, pihak kepolisian untuk mengatasi hal tersebut perlu juga dukungan dari masyarakat ataupun pelaku wisata lainnya.
- 2) Program Peningkatan dan Memaksimalkan kerja Satpam Pantai.

Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Weakness-Opportunity* (W-O)

Strategi *Weakness-Opportunity*, dari strategi ini ditemukan 2 (dua) yaitu strategi promosi



destinasi pariwisata dan strategi pengembangan kualitas lingkungan.

- 1) Strategi peningkatan kualitas lingkungan, dalam meningkatkan kualitas lingkungan destinasi pariwisata Kuta Lombok beberapa hal yang perlu dilakukan untuk menjadikan destinasi pariwisata Kuta Lombok lebih baik adalah yang pertama dengan mengadakan kegiatan bersih pantai, hal ini bisa dilakukan dengan mengajak masyarakat setempat khususnya Desa Kuta maupun pelaku pariwisata, mengadakan penyuluhan tentang membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya bersih.
- 2) Strategi promosi destinasi pariwisata, untuk mempromosikan destinasi pariwisata Kuta Lombok ada beberapa program yang harus dilakukan yaitu, mempromosikan destinasi pariwisata Kuta Lombok dengan menggunakan media cetak dan bisa juga menggunakan elektronik, serta cara lainnya seperti Dinas Pariwisata maupun pemerintahan lainnya.

Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Weakness-Threat* (W-T)

Strategi *Weakness-Threat* (W-T), dengan meminimalkan dan juga menghindari semua ancaman strategi ini menghasilkan beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok salah satunya yaitu strategi pengembangan sumber daya manusia, artinya kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan agar dapat berpartisipasi dan berkecimpung langsung dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok. Dari strategi tersebut beberapa program yang perlu dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut misalnya, dengan mengadakan pelatihan atau pendidikan pemandu wisata (*Guide*).

Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Pariwisata Kuta Lombok Tengah

1. Kondisi Lingkungan Internal Kuta Lombok Kekuatan dan kelemahan destinasi pariwisata Kuta Lombok berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam dengan narasumber (175 narasumber) adalah:

- a) Kekuatan (*Strengths*), yaitu semua yang dapat dikembangkan sebagai sebuah daya tarik wisata, Kekuatan Kuta Lombok diantaranya adalah keindahan alam yang terdiri dari panorama *Sunrise* dan *sunset* serta keindahan lautnya, kemudian keunikan tradisi dan budaya masyarakat local yang ergolong unik, serta sikap ramah tamah masyarakat local.
- b) Kelemahan (*weakness*), dalam penelitian ini ditemukan beberapa penyebab lambatnya pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, diantaranya adalah kualitas maupun kuantitas sumber daya manusia (SDM) masih cukup rendah. Selain itu yang menjadi kendala dalam pengembangan Kuta Lombok juga disebabkan karena kurangnya kemauan masyarakat untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan maupun kebersihan lingkungan sekitar, terakhir adalah karena belum tertatanya pedagang kaki lima, karena ini akan merusak pemandangan dan lingkungan.

2. Kondisi lingkungan eksternal destinasi pariwisata Kuta Lombok

- a) Yang menjadi peluang dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah kemajuan teknologi informasi beserta telekomunikasi yang semakin pesat perkembangannya. Semakin berkembang teknologi tersebut akan membuat seseorang lebih mudah untuk mencari informasi dengan cepat.
- b) Ancaman (*Threats*), salah satu yang menjadi ancaman terhadap perkembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah keamanan dan kenyamanan, sedangkan yang membuat



atau mempengaruhi keamanan dan kenyamanan di Kuta Lombok adalah disebabkan karena kondisi areal parkir yang masih belum terkelola dengan baik, ketersediaan fasilitas toilet umum yang masih sangat kurang memadai, perilaku agresif pedagang asongan. Kondisi seperti ini tentu akan memperburuk citra destinasi pariwisata Kuta Lombok.

c)

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian yang didapatkan terkait strategi pengembangan Homestay Berbasis Masyarakat Lokal di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok, maka dapat ditarik kesimpulan,

1. Strategi Pengembangan Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Strength-Opportunity* (S-O)
 - ❖ Pertama, perlu adanya pengembangan sarana dan prasarana di Kuta Lombok beserta infrastruktur dalam mendukung jalannya aktivitas kepariwisataan.
 - ❖ Kedua, yaitu dengan penambahan fasilitas pengelola pariwisata lainnya seperti; pusat layanan informasi yang biasa disebut *Tourism Information Center*, dan lebih memperhatikan masalah keamanan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata.
 - ❖ Ketiga, Perlu adanya pembangunan akomodasi pariwisata seperti; program pembangunan toilet umum, dan program pembuatan tempat-tempat sampah yang ramah lingkungan
2. Strategi pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Strength-Threat* (S-T)
 - ❖ Dalam meningkatkan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata Kuta Lombok selain melakukan kejasama dengan pemerintah, pihak kepolisian

untuk mengatasi hal tersebut perlu juga dukungan dari masyarakat ataupun pelaku wisata lainnya.

- ❖ Program Peningkatan dan Memaksimalkan kerja Satpam Pantai.
3. Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Weakness-Opportunity* (W-O)
 - ❖ Strategi peningkatan kualitas lingkungan, dalam meningkatkan kualitas lingkungan destinasi pariwisata Kuta Lombok beberapa hal yang perlu dilakukan untuk menjadikan destinasi pariwisata Kuta Lombok lebih baik adalah yang pertama dengan mengadakan kegiatan bersih pantai, hal ini bisa dilakukan dengan mengajak masyarakat setempat khususnya Desa Kuta maupun pelaku pariwisata, mengadakan penyuluhan tentang membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya bersih.
 - ❖ Strategi promosi destinasi pariwisata, untuk mempromosikan destinasi pariwisata Kuta Lombok ada beberapa program yang harus dilakukan yaitu, mempromosikan destinasi pariwisata Kuta Lombok dengan menggunakan media cetak dan bisa juga menggunakan elektronik, serta cara lainnya seperti Dinas Pariwisata maupun pemerintahan lainnya
 4. Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok dari Strategi *Weakness-Threat* (W-T)
 - ❖ Strategi *Weakness-Threat* (W-T), dengan meminimalkan dan juga menghindari semua ancaman strategi ini menghasilkan beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok salah satunya yaitu strategi pengembangan sumber daya manusia, artinya kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan



agar dapat berpartisipasi dan berkecimpung langsung dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok.

Budaya, dan Lingkungan terhadap pengembangan Desa Wisata Di Jatiluwih-Tabanan. Jurnal. Vol.5. No.1

Saran

1. Meningkatkan sumber daya manusia khususnya di pelayanan Homestay sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik secara kualitas.
2. Memberikan Wokshop terkait strategi pemasaran kepada masyarakat pengelola Homestay sehingga dapat bersaing dengan Homestay lain yang ada di Pulau Lombok
3. Memperbaiki situasi keamanan, sehingga wisatawan yang berkunjung di Kuta Lombok lebih menikmati waktu berliburnya dengan rasa nyaman, tenang dan damai. Untuk mencapai itu semua tentu memerlukan kerjasama dengan melibatkan semua elemen masyarakat, *stakeholder*, serta pelaku wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Adiati, Maria & Basalamah, Anwar. 2014. *Kondisi Pariwisata Berkelanjutan dibidang Sosial Budaya Pengalaman dan harapan Pengunjung di Tanjung Papuma Jember*. Binnus Review. Jurnal. Vol 5.No.1
- [3] Damanik, Fitria, Khairina. 2014. *Homestay Sebagai Usaha Pengembangan Desa Wisata Kandri*. Jurnal Teknik PWK. Vol. 3 No.4
- [4] Hidayat, Marceila. 2011. *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Wisata*. Jurnal. Vol.1.No.1
- [5] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [6] Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Ristanto, Hari. 2002. *Diktat Perencanaan Pariwisata. Manajemen Kepariwisataaan. Sekolah Tinggi . Pariwisata Bandung*.
- [8] Subdra, Nengah, Nandra, Mastriani, Nyoman. 2006. *Dampak Ekonomi, Sosial,*



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN