

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN DESA WISATA SUKARARA YANG
TERINTEGRASI DI KECAMATAN JONGGAT KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Lalu Adi Permadi¹
Harmi Widiana¹
Rusminah HS¹
Muttaqillah¹

ABSTRACT

This research is aimed to design the accurate strategy to be implemented in integrated Sukarara Tourism village development and marketing according to the village environment condition and to identify which strategy that has to be prioritized by the government and local participants. Data that used in the research are primary and secondary data. Primary data were mainly obtained by interviewing the local stakeholder, while secondary data were taken from library study and government data. Result of this research suggested the main strategy that can be implemented in developing and marketing Sukarara tourism village are develop the alternative tourism attraction while still maintain the songket weaving as main appeal of the village by preparing the new design which more interesting to the visitor, prepare the internet promotion, organise the local people as culture tourism guide and arrange the village spatial design.

Key words:: Tourism village, development, marketing, environment condition, strategy

1. PENDAHULUAN

Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Ramuan utama desa wisata diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya. Keaslian juga dipengaruhi keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut, misalnya ruang, warisan budaya, kegiatan pertanian, bentangan alam, jasa, pariwisata sejarah dan budaya, serta pengalaman yang unik dan eksotis khas daerah. Dengan demikian, pemodelan desa wisata harus terus dan secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas daerah (Sastrayuda, 2010).

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata (Sastrayuda, 2010). Sementara itu Nuryanti (1993) dalam Soemarno (2010) menyatakan bahwa Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

¹ Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram
adipermadiunram@gmail.com

Merujuk paparan Arison dalam Dharmawan (2014), potensi desa wisata yakni adat istiadat masyarakat setempat sebagai daya tarik wisata seperti: kehidupan sehari-hari, upacara adat, rumah adat, budaya dan kesenian asli daerah, makanan minuman tradisional, kekayaan alam, dan lain-lain. Jadi peluang pengembangan desa wisata sangat besar sebagai upaya deversifikasi destinasi wisata dalam konteks pengembangan pariwisata budaya.

Saktiawan dalam Dharmawan (2014), mengungkapkan unsur penting dalam pengembangan desa wisata adalah keterlibatan masyarakat desa dalam setiap aspek wisata yang ada di desa tersebut. Masyarakat terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata dalam bentuk pemberian jasa dan pelayanan yang hasilnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di luar aktifitas mereka sehari-hari.

Nusa Tenggara Barat (NTB) mempunyai potensi budaya dan alam yang memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan wilayahnya yang berbasis pada pariwisata. Tercatat dua desa wisata yang terkenal di NTB yaitu Desa Wisata Sukarara yang terintegrasi dan desa wisata Rambitan khususnya Dusun Sade. Kedua desa wisata ini terletak di Kabupaten Lombok Tengah. Potensi pariwisata Lombok Tengah kekuatannya ada pada budaya Sasak, Pantai Kuta (Pantai Putri Nyale) dan Tanjung A'an, Air terjun Benang Stokel dan Benang Kelambu yang asri dan di kelilingi hutan lebat, kebun coklat dan kopi, Selong Belanak, Mawi dan Mawun merupakan teluk yang sangat indah dan Gerupuk sebagai surga pantai untuk berselancar. Melihat potensi tersebut, sangat memungkinkan untuk mengembangkan dan memasarkan desa wisata sebagai produk wisata Lombok Tengah yang tidak saja memberikan keuntungan untuk para pelaku wisata tetapi juga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Desa Sukarara, salah satu desa di Kecamatan Jonggat Lombok Tengah, merupakan desa yang memiliki daya tarik sebagai desa wisata. Desa yang terletak di barat Kecamatan Jonggat itu memiliki kekayaan budaya dan sejarah. Desa ini terkenal dengan tenunnya. Sayangnya kegiatan pariwisata desa ini belum terintegrasi dengan baik mengingat terdapat kecenderungan desa ini fokus pada kegiatan pemasaran produk tradisional Sasak berupa kain songket (Permadi, 2008). Untuk mengintegrasikan kegiatan pemasaran produk tersebut dengan kegiatan wisata lain di desa Sukarara dibutuhkan penelitian terhadap potensi-potensi desa tersebut secara mendalam. Dari studi tersebut diharapkan dapat diidentifikasi faktor internal dan eksternal pendukung pengembangan desa tersebut untuk menjadi desa wisata yang terintegrasi dengan baik. Dengan demikian selanjutnya dapat ditentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan dan memasarkan produk Desa Wisata Sukarara yang terintegrasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi

Menurut Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan jati yang pertama daripada menjadi yang lebih baik (Suyanto, 2007:16).

Strategi mengikat semua bagian perusahaan dan meliputi semua aspek penting perusahaan dengan menggunakan segenap sumber daya perusahaan secara efektif dalam lingkungan yang berubah-ubah dengan proses keserasian dan keseimbangan. Keputusan strategis mencakup batasan bisnis, produk dan pasar yang harus dilayani, tugas-tugas yang harus dilaksanakan dan kebijakan utama yang diperlukan (Jauch dan Glueck, 1999:12-13). Jadi pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka

keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. (Tjiptono, 2002:4)

2.2. Manajemen Strategis

Menurut David dalam Umar (2003) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektivitasnya. Sedangkan proses manajemen strategis adalah suatu pendekatan secara obyektif, logis, dan sistematis dalam penetapan keputusan utama dalam suatu organisasi. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Sementara itu proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Oleh karena itu, untuk memahami konsep manajemen strategis, pengertian perencanaan strategi sangat perlu untuk dipahami.

Tahap awal dalam melakukan perencanaan strategi yaitu melakukan analisis lingkungan sebuah bisnis, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Dalam penelitian ini bisnis yang dianalisis adalah bisnis pariwisata. David dalam Umar (2003) menyebutkan faktor-faktor lingkungan internal yang akan dianalisa berhubungan dengan kegiatan fungsional dari sebuah bisnis diantaranya adalah bidang manajemen, sumberdaya manusia, keuangan, produksi, pemasaran, dan organisasi. Analisa lingkungan internal ini pada akhirnya akan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.

Menurut Umar (2003), analisis lingkungan eksternal meliputi faktor luar yang mempengaruhi kinerja maupun strategi- strategi yang harus diambil oleh entitas bisnis. Faktor-faktor eksternal ini dapat dibagi menjadi: faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial budaya dan faktor teknologi. Setiap industri memiliki struktur yang mendasarinya yaitu sekumpulan karakteristik ekonomis dan teknis yang memunculkan kekuatan-kekuatan persaingan. Ada lima faktor yang harus diperhatikan yaitu: (1) Kekuatan tawar menawar pembeli, (2) Kekuatan tawar menawar pemasok, (3) Ancaman produk pengganti, (4) Ancaman pendatang baru dan (5) Persaingan antara pesaing-pesaing yang ada (Porter 1980 dalam Pearce dan Robinson 1997).

2.3. Pariwisata

Salah satu produk yang kerap dipasarkan melalui iklan secara masal baik oleh pemerintah dan pihak swasta adalah pariwisata. Menurut UU Republik Indonesia No. 9 Th.1990 Tentang Kepariwisata Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Produk pariwisata merupakan produk jasa. Menurut Kotler (2000) jasa merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa produk pariwisata adalah seluruh jasa yang diberikan oleh berbagai macam perusahaan pariwisata, sejak seorang wisatawan meninggalkan tempat tinggalnya, selama di tempat tujuan, hingga kembali ke tempat asalnya.

Produk pariwisata berorientasi kepada konsumen (wisatawan), ini berarti bahwa produk pariwisata harus disusun sesuai dengan kondisi wisatawan, baik motifasinya, daya belinya, karakteristiknya dan sebagainya. Produk pariwisata memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan produk yang berupa barang. Graffin dalam Lupiyoadi (2001) menjelaskan karakteristik produk pariwisata adalah: Intangibility (tidak berwujud). Kedua, Unstorability, jasa tidak mengenal persediaan dan penyimpanan. Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan

dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya, dan ketiga Customization, jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

2.4. Desa Wisata

Soemarno (2010) menyatakan bahwa "Desa wisata" biasanya berupa kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus yang layak untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, sumberdaya alam alam dan lingkungan alam yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata.

Selain berbagai keunikan tersebut, kawasan desa wisata juga dipersyaratkan memiliki berbagai fasilitas untuk menunjangnya sebagai kawasan tujuan wisata. Berbagai fasilitas ini akan memudahkan para pengunjung desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata. Fasilitas-fasilitas yang seyogyanya ada di suatu kawasan desa wisata antara lain: sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan, dan akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata dapat menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (home stay) sehingga para pengunjung dapat merasakan suasana pedesaan yang masih asli (Soemarno, 2010).

Desa Wisata merupakan "Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya : atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya (Soemarno, 2010).

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan tema di depan, maka desain yang dipergunakan dalam penelitian ini akan bersandarkan pada pendekatan kualitatif. Dengan pendekatan ini, kiranya berbagai aspek yang diteliti akan dapat menghasilkan data yang valid, reliabel, dan relevan dengan yang dibutuhkan nantinya. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif akan dapat dilakukan observasi yang lebih mendalam dan teliti terhadap objek-objek penelitian, sehingga data-data yang diperoleh lebih akurat dan mendasar.

Studi ini akan dilaksanakan di wilayah Desa Sukarara Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah (sebagai fokus penelitian). Pemilihan fokus ini dimaksudkan agar dapat menjawab permasalahan penelitian, yakni strategi pengembangan dan pemasaran desa wisata terintegrasi di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah.

Partiipan penelitian ini adalah tokoh masyarakat dan pimpinan pemerintah desa. Para informan yang diusulkan dalam penelitian ini antara lain: Kepala Desa, Sekretaris Desa, Ketua RW, Ketua RT, sesepuh desa, tokoh masyarakat, dan para anggota masyarakat yang mungkin akan secara langsung terlibat dalam pengelolaan program desa wisata seperti petani desa setempat, dan pelaku bisnis.

Sumber data penelitian ini adalah 1) Data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan baik pada proses identifikasi maupun kegiatan-kegiatan lain yang mendukung penelitian, yaitu berupa hasil wawancara dengan pihak pemerintah Desa dan tokoh masyarakat, dan 2) Data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui

studi literatur dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian. Data ini dapat didapat dari pemerintah desa, kecamatan maupun kabupaten.

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1. Data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar, data ini dapat berupa jawaban dari narasumber terkait dengan masalah Desa Wisata Sukarara yang merupakan objek pada penelitian ini, 2. Data Kuantitatif. Data ini dapat berupa angka misalnya pendapatan desa.

Instrumen utama dalam penelitian yang mempergunakan metode kualitatif adalah peneliti sendiri. Peneliti langsung turun ke lapangan, melakukan observasi ke lapangan dan wawancara dengan para informan. Sebelumnya, peneliti telah mempersiapkan diri dengan membawa perbekalan yang siap membantu peneliti selama berada di lapangan. Perbekalan itu di antaranya adalah *tape recorder*, buku catatan, dan kamera photo digital. *Tape recorder* dipergunakan untuk merekam jalannya wawancara, dan buku catatan dipergunakan untuk mencatat aktivitas observasi langsung di lapangan dan kamera photo digital dipergunakan untuk memotret objek observasi yang penting-penting dan relevan dengan data yang dibutuhkan.

Data yang terkumpul melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi ini berupa data kualitatif. Teknik yang dipergunakan untuk menganalisis data penelitian adalah teknik analisis deskriptif interpretatif dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) Memilih dokumen/data yang relevan dan memberi kode. (2) Membuat catatan objektif, dalam hal ini sekaligus melakukan klasifikasi dan mengedit (mereduksi) jawaban. (3) Membuat catatan reflektif, yaitu menuliskan apa yang sedang dipikirkan peneliti sebagai interpretasi dalam sangkut pautnya dengan catatan objektif. (4) Menyimpulkan data dengan membuat format berdasarkan teknik analisis data yang dikendaki peneliti. (5) Melakukan triangulasi yaitu mengecek kebenaran data dengan cara menyimpulkan data ganda yang diperoleh melalui tiga cara: (1) memperpanjang waktu observasi di lapangan dengan tujuan untuk mencocokkan data yang telah ditulis dengan data lapangan, (2) mencocokkan data yang telah ditulis dengan bertanya kembali kepada informan, dan (3) mencocokkan data yang telah ditulis dengan sumber pustaka.

3.1. Analisis Matriks IFE (internal factor evaluation) dan EFE (external factor evaluation)

Menurut David (2004) tahap-tahap yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci dalam matriks IFE dan EFE adalah sebagai berikut :

- a) Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Desa WisataSukarara.
- b) Penentuan Bobot setiap faktor dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Jumlah bobot yang diberikan harus sama dengan satu.
- c) Penentuan Rating

Menurut David (2004) skala nilai rating untuk matriks IFE (kekuatan dan kelemahan) adalah :

- | | |
|---------------------------|--|
| 1 = Kelemahan utama/mayor | 3 = Kekuatan kecil/minor |
| 2 = Kelemahan kecil/minor | 4 = Kekuatan besar/mayor Untuk matriks EFE |
- (peluang dan ancaman), skala nilai rating yang digunakan adalah :
- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 = Tidak berpengaruh | 3 = Kuat Pengaruhnya |
| 2 = Kurang kuat pengaruhnya | 4 = Sangat kuat pengaruhnya |

Untuk perolehan nilai rating pada matriks gabungan dilakukan dengan menggunakan metode rata-rata dan setiap hasil yang memiliki nilai desimal akan dibulatkan. Adapun ketentuan pembulatan dalam matriks gabungan ini adalah, jika pecahan desimal berada pada kisaran dibawah 0,5 (<0,5) dibulatkan kebawah, jika hasil rating diperoleh hasil desimal dengan nilai sama atau diatas 0,5 (>0,5) dibulatkan keatas. Pembulatan ini tentunya tidak akan mempengaruhi hasil perhitungan secara signifikan (David, 2004)

3.2. Analisis Matriks SWOT

Tabel 2.. Matriks SWOT

Factor startegis Internal Factor strategis Eksternal	Strengths (S)	Weakness (W)
Oppurtunities (O)	Alternatif Strategi SO	Alternatif strategi WO
	Buat strategi di sini yang menggunakan kekuatan untukmeningkatkan peluang	Buat strategi di sini yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Threats (T)	Alternatif strategi ST Buat strategi disini yang Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.	Alternatif strategi WT Buat strategi di sini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber : David (2004)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tenun sebagai industri andalan Sukarara

Kepercayaan masyarakat setempat adalah perempuan yang tidak bisa menenun akan kesulitan mendapatkan jodoh. Bahkan ada semacam peraturan, wanita yang belum bisa menenun dilarang menikah. Kegiatan menenun dilakukan oleh wanita sembari menunggu para suami mereka pulang bertani dari ladang. Pengerajin awal melibatkan tiga orang perempuan yang masing-masing bertugas sebagai penggulung, penarik, pengontrol. Untuk proses penenunan dilakukan oleh seorang perempuan, pembuatan kain songket memakan waktu yang lama. Setidaknya membutuhkan waktu satu bulan untuk menghasilkan satu lembar kain dengan lebar 1,2 meter dan panjang 2 meter. Tingkat kerumitan dan motifnya menentukan harga kain yang rata-rata berkisar antara Rp. 100 ribu hingga Rp. 5 juta per lembar.

Memenuh dikerjakan oleh penduduk Desa Sukarara selain bertani dan berdagang atau mengerjakan rutinitas lainnya. Ciri kain songket di Desa Sukarara ini memiliki ciri khas yang unik dari Motif atau Ornamen yang bermacam-macam serta masih menggunakan warna dan serat alami. Desa Sukarara dikenal menjadi salah satu objek wisata yang banyak dikunjungi oleh para tamu Nasional maupun Mancanegara. Di sepanjang jalan desa Sukarara ini, terdapat berbagai galeri-galeri tempat menjual dan pameran kain songket hasil kerajinan masyarakat Desa Sukarara. Pertokoan yang terdapat sepanjang jalan Desa Sukarara yang menjadi toko penjualan berbagai jenis kain songket Desa Sukarara. Dengan berdirinya Sanggar khusus untuk belajar menenun kain songket juga menjadi salah satu objek menarik di Desa Sukarara ini, para tamu Nasional maupun Mancanegara bisa belajar menenun dan belajar bagaimana membentuk Motif atau Ornamen serta bagaimana proses mewarnai kain tenun songket Desa Sukarara. Desa Sukarara sangat terkenal dengan kain "Sensekan" (pembuatan kain songket tradisional) dan sebagian besar masyarakat Desa Sukarara menekuni warisan "Nenek Moyang" (Leluhur) untuk melestarikan Sensekan (pembuatan kain songket tradisional) sekaligus sebagai mata pencahariannya. Dengan kondisi alam yang mendukung di Desa Sukarara ini perkembangan kain songket dimana bahan-bahan seperti kapas, kulit rambutan, kulit jeruk, daun kroton, buah pinang, daun arum (Indigofera), akar mengkudu (Morinda). Bahan-bahan dasar ini mudah didapatkan dan tumbuh subur di daerah desa tersebut.

Kerajinan kain songket di Desa Sukarara bersifat industri rumahan. Dalam proses songket yang dihasilkan tidak hanya digunakan untuk pakaian namun juga mempunyai fungsi dekoratif sebagai pelengkap ornamen interior rumah. Songket Sukarara memiliki ciri khas dengan pola

tradisional timur dan penggunaan benang songket emas. Pola dan pewarnaan yang digunakan oleh wanita-wanita Desa Sukarara merupakan nilai yang diberikan turun temurun dan lestari generasi sebelumnya. Biasanya keahlian menenun didapatkan dari ibu yang diwariskan ke anak perempuannya. Begitu seterusnya sehingga motif dan warnanya terjaga sekaligus menjadi ciri khas songket Lombok.

Alat tenun kain songket merupakan alat tenun yang digunakan untuk menghasilkan kain. Alat tenun kain songket Desa Sukarara adalah alat tenun yang sebagian besar masih menggunakan peralatan-peralatan dari bahan kayu, dan cara penggunaannya juga tradisional dan manual. Penenun kain songket biasanya duduk di tanah beralaskan tikar/kain atau disebuah balai-balai dengan kaki diselonjorkan lurus kedepan sehingga mempermudah mereka dalam proses menenun kain songket. Alat tenun kain songket di Desa Sukarara merupakan alat tenun yang diwariskan secara turun-temurun. Seiring perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan yang sadar akan pentingnya menjaga warisan leluhur maka lahirlah terobosan-terobosan baru (alat modern) yang mempermudah dalam menenun kain songket namun tetap terjaga kualitas serta nilai estetika dalam tenunan kain songket di Desa Sukarara. Dengan alat model baru yaitu alat pemintal benang berbentuk roda putar yang disatukan dengan alat Kanjian (alat pemintal model lama). Dengan menggunakan alat pemintal model baru hanya membutuhkan kurun waktu 3 jam untuk satu bahan baku kain, sementara dengan menggunakan peralatan lama Kanjian membutuhkan kurun waktu hingga 24 jam untuk satu bahan kain. Selain itu juga, alat Hanean terbaru menggunakan 11 jari yang mampu menghasikan kain yang lebih panjang dari pada alat Hanean model lama yang menggunakan 9 jari.

Pada dasarnya alat tenun kain songket hanya dapat menghasilkan lebar 70 cm dan panjang kain akan mengikuti bentuk alat Hanean tersebut. Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kerajinan kain songket Desa Sukarara Kecamatan Jonggat Lombok Tengah merupakan sentral industri unggulan dimana merupakan bagian dari sumber kerajinan kain songket Desa Sukarara yang didukung oleh tersedianya sumber daya alam dan sumber daya manusia yang menguasai kerajinan kain songket yang diwariskan secara turun temurun, sehingga kelestarian kain songket Desa Sukarara tetap terjaga kualitas dan estetikanya sampai sekarang.

4.1.1. Tenun dalam Sejarah Pulau Lombok

Pulau Lombok sudah dikenal dalam sejarah berabad-abad yang silam. Di dalam kitab Nagarakertagama karya Pujangga Jawa terkenal di abad ke-14 Mpu Prapanca (1365) nama pulau Lombok sudah disebutnya di dalam pupuh XIV, bait 3 dan 4 sebagai Lombok Mirah. Hal ini dikarenakan waktu itu Lombok termasuk wilayah kekuasaan Kerajaan Majapahit (Dalam salam, 1992: 1293-1478). Letak pulau Lombok terletak di Indonesia bagian timur, tepatnya di sebelah timur pulau Bali. Pulau Lombok merupakan sebuah pulau yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), di mana pulau Lombok adalah pulau yang didiami oleh Suku Sasak.

Dalam tradisi lisan warga setempat kata sasak dipercaya berasal dari kata "Sa'-Saq" yang artinya yang satu. Kemudian Lombok berasal dari kata Lomboq yang artinya lurus, maka jika digabung kata Sa' Saq Lomboq artinya sesuatu yang lurus. Banyak juga yang menerjemahkannya sebagai jalan yang lurus. Pada awalnya sejarah Kain Songket di Desa Sukerara memiliki cerita tersendiri yakni kain songket ini pertama digunakan oleh seorang raja dan ratu yang bernama (Raja Panji Sukarara dan Ratu Dinde Terong Kuning). raja dan ratu ini menggunakan baju atau sarung songket subahnal, karena sebagai raja dan ratu agar terlihat berwibawa atau lebih terhormat dengan pakaian adat tersesebut.

4.2. Analisis Potensi Lingkungan Internal dan Eksternal

Desa Sukarara memiliki faktor lingkungan Internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dapat dikembangkan sebagai desa wisata. Di samping itu juga Desa Sukarara, Kecamatan

Jonggat memiliki faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang perlu mendapatkan perhatian khusus.

4.2.1. Identifikasi Potensi Lingkungan Internal

Dari kegiatan penelitian diketahui faktor internal di Desa Sukarara, yang termasuk dalam *Kekuatan* meliputi : Kerajinan Tenun, Budaya, Jiwa wirausaha masyarakat, Aksebilitas, Sikap masyarakat, Pendapatan yang diperoleh masyarakat luas, dan Kondisi keamanan desa. Sementara itu *Kelemahan* meliputi : Sarana dan prasarana yang memadai, Keterampilan masyarakat dalam berbahasa asing, Pelayanan kepada wisatawan, Dukungan dana yang memadai, Kebersihan lingkungan, Pemanfaatan SDM sebagai pemandu wisata, dan Penataan lingkungan desa.

4.2.2. Identifikasi Potensi Lingkungan Eksternal

Dari hasil studi pustaka, wawancara, dan observasi diketahui sejumlah faktor eksternal yang berpengaruh pada pengembangan desa wisata kawasan Desa Sukarara, yang termasuk dalam *Peluang* meliputi, Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara, Letak strategis dengan objek wisata lain, Ekspor kain tenun ke luar daerah dan manca Negara, Konsep pengembangan wisata alami, Kebun dan Lahan pertanian yang dijadikan objek wisata, Daerah tujuan wisata di Lombok, Terjalannya kerjasama pemerintah, investor, masyarakat, perajin tenun, pengusaha art shop dan petani, Dukungan pelaku wisata, Otonomi daerah yang diberlakukan pemerintah, Nilai budaya masyarakat setempat, dan Pemasaran melalui internet. Sementara itu *Faktor Ancaman* meliputi, Persaingan dengan daerah lain dalam pengembangan desa wisata, Berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat, Harga bahan baku tenun, Adanya penduduk pendatang, Perubahan budaya, Tercemarnya lingkungan, dan Impor produk tenun dari luar negeri dalam rangka pasar bebas.

4.3. Strategi Pengembangan dan Pemasaran Desa Wisata Desa Sukarara

Setelah dilakukan identifikasi terhadap potensi lingkungan internal dan lingkungan eksternal tahap selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap lingkungan tersebut dengan menilai dan mengukur masing-masing faktor tersebut dengan menggunakan matriks IFAS dan matrik EFAS.

4.3.1. Hasil Evaluasi Faktor Strategi Lingkungan Internal

Tahapan analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan desa wisata di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat dilakukan dengan melakukan observasi ke lapangan dan wawancara terhadap 20 partisipan. Peratingan diperoleh dari rata-rata rating seluruh partisipan. Kriteria peratingan untuk faktor kekuatan dan faktor peluang yaitu nilai satu sangat lemah, nilai dua agak lemah, nilai tiga agak kuat, dan nilai empat sangat kuat, sedangkan untuk rating faktor kelemahan dan faktor ancaman merupakan kebalikan dari faktor kekuatan dan faktor peluang. Berdasarkan daftar pertanyaan yang diisi oleh peneliti diketahui hasil dari bobot, rating dan skor yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Berdasarkan Tabel 4.1, tampak bahwa faktor-faktor strategi internal memiliki nilai yang berbeda-beda. Faktor kekuatan terpenting pertama adalah kerajinan tenun yang memperoleh nilai 0,27. Faktor kerajinan tenun ini merupakan hal paling sangat berpengaruh terhadap pengembangan desa wisata Sukarara. Dengan keindahan kain tenun dan kelestarian tradisi tenun tersebut, wisatawan merasa senang untuk berkunjung dan sangat menikmati keindahan kain tenun dan tradisinya yang lestari. Jika keindahan kain tenun dan kelestarian budaya tenun tersebut di Desa Sukarara tidak dijaga, akan mengakibatkan wisatawan tidak akan berkunjung dan Desa Sukarara tidak akan berkembang sebagai desa wisata. Sementara itu kelemahan utama adalah kebersihan lingkungan yang memperoleh nilai yaitu 0,16. Kualitas kebersihan lingkungan belum

mencerminkan Desa Sukarara siap menerima kunjungan wisatawan.

Dari total skor faktor strategi internal yang sebesar 2,522 termasuk ke dalam kategori lemah, karena total skor yang berada di atas rata-rata rating sebesar 2,5 menandakan faktor strategi internal yang lemah, sehingga dalam hal ini, Desa Sukarara telah mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan.

Tahapan analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan desa wisata di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat dilakukan dengan melakukan observasi ke lapangan dan wawancara terhadap 20 partisipan. Peratingan diperoleh dari rata-rata rating tujuh partisipan yang mewakili partisipan lainnya. Kriteria peratingan untuk faktor kekuatan dan faktor peluang yaitu nilai satu sangat lemah, nilai dua agak lemah, nilai tiga agak kuat, dan nilai empat sangat kuat. Sedangkan untuk rating faktor kelemahan dan faktor ancaman merupakan kebalikan dari faktor kekuatan dan faktor peluang.

4.3.2. Hasil Evaluasi Faktor Strategi Lingkungan Eksternal

Tampilan analisis lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman desa wisata di Desa Sukarara dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara yang melibatkan 20 partisipan. Berdasarkan wawancara tersebut akan diketahui rating oleh para partisipan terhadap faktor eksternal. Pemberian rating dilakukan oleh 20 orang partisipan. Selanjutnya dilakukan Perhitungan skor yang didapat dari bobot yang telah ditentukan oleh peneliti melalui studi pustaka diperoleh dengan menggunakan seberapa pengaruh masing-masing dikalikan dengan rating faktor eksternal oleh partisipan, dengan nilai satu pengaruhnya rendah, dua dengan pengaruh sedang, dan tiga untuk pengaruh tinggi.

Dari hasil analisis diketahui total keseluruhan faktor eksternal jumlahnya adalah 1,0 yang menandakan hasil perhitungan bobot tersebut benar dan dari total keseluruhan skor akan diketahui posisi faktor eksternal terhadap pengembangan desa wisata.

Berdasarkan hasil analisis, faktor peluang terpenting pertama adalah nilai budaya masyarakat Desa Sukarara dengan selalu menjaga dan melestarikan budaya tradisional yang berlaku di desa tersebut dengan nilai bobot sebesar 0,073. Selama ini masyarakat Desa Sukarara menjual wisata budaya ini mengingat budaya Suku Sasak menenun mereka warisi dengan sempurna. Banyak wisatawan yang datang ke Sukarara karena ingin memahami tingginya nilai budaya yang ada di desa tersebut melalui tenun. Untuk itu sangat penting bagi warga Sukarara dan pemangku kepentingan lainnya untuk menjaga kelestarian budaya Suku Sasak.

Pemasaran melalui internet merupakan salah satu cara untuk praktis untuk mengembangkan usaha dewasa ini. Cakupan internet yang begitu luas membuat mudah bagi produsen untuk menawarkan produknya kepada konsumen. Ini adalah peluang bagi para pelaku bisnis wisata di Sukarara untuk menjual produknya bukan hanya ke tingkat nasional tetapi juga ke dunia. Dari hasil wawancara terhadap pemangku kepentingan Desa Wisata Sukarara, pemasaran melalui internet mendapat bobot 0,07. Hal yang sama didapat oleh faktor kunjungan wisatawan nusantara dan manca negara, faktor dukungan pelaku wisata dan faktor letaknya yang strategis dekat dengan tempat wisata lainnya di Lombok. Selama ini Sukarara yang menjadi andalan Lombok Tengah dalam meraih pendapatan daerah dari sektor pariwisata sudah berhasil mendatangkan ribuan wisatawan. Data memperlihatkan 20 persen tamu yang berkunjung ke Lombok Tengah merupakan tamu yang berkunjung ke Sukarara.

Sedangkan ancaman yang paling kuat adalah harga bahan baku tenun dengan skor sebesar

0,065. Mengingat permintaan tenun dari Desa Sukarara terus meningkat dan jumlah penenun relatif banyak, sekitar 2000 orang penenun maka bahan baku sangat krusial bagi mereka. Di sisi lain bahan alami jumlahnya terbatas. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri desa tersebut untuk bertahan.

Dari total skor faktor strategi eksternal sebesar 2,790 maka dikatakan faktor eksternal ini tergolong sedang dengan nilai yang mendekati rata-rata rating sebesar 2,9. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal desa wisata di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.

4.3.3. Analisis Matriks Internal-Eksternal

Analisis internal-eksternal dilakukan untuk mempertajam hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini akan menghasilkan matriks internal-eksternal yang berguna untuk mengetahui posisi desa wisata di Desa Sukarara. Kondisi internal dan eksternal Desa Sukarara saat ini sehingga dapat memberikan pilihan alternatif strategi. Pemetaan posisi desa wisata di Desa Sukarara sangat penting bagi pemilihan alternatif strategi dalam pengembangan desa wisata. Berdasarkan skor rata-rata dari matriks IFE dan EFE maka dapat disusun matriks I-E (Internal-Eksternal). Skor IFE sebesar 2,522 menggambarkan bahwa desa wisata di Desa Sukarara berada dalam kondisi internal yang rata-rata. Nilai EFE sebesar 2,790 menggambarkan bahwa desa wisata di Desa Sukarara memiliki kemampuan yang sedang dalam memanfaatkan peluang maupun menghindari ancaman lingkungan eksternal.

Pemetaan terhadap masing-masing total skor dari faktor-faktor internal dan eksternal menggambarkan posisi desa wisata di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat saat ini berada pada sel V dalam matriks IE. Untuk meningkatkan pengembangan desa wisata dapat ditempuh dengan Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan wisata alam sebagai alternatif dan Mempertahankan Tenun sebagai Daya Tarik Utama Wisata. Hal ini dapat ditempuh dengan penataan lingkungan, pembuatan paket tracking di lingkungan Desa Sukarara dan memberikan kesan yang berbeda untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Selain itu Pihak Desa dapat meningkatkan lama kunjungan di desa tersebut dengan melakukan strategi pengembangan produk wisata alternatif seperti menyediakan lapangan bermain, tempat santai keluarga dan fasilitas refreshing lainnya, memberikan pelayanan maksimal untuk menciptakan loyalitas wisatawan dan memberi rasa nyaman sehingga wisatawan menganggap desa wisata di Desa Sukarara sebagai bagian dari hidupnya atau sebagai rumah kedua bagi mereka.

Strategi pengembangan desa wisata dilakukan untuk menjaga eksistensi Desa Sukarara sebagai salah satu tujuan wisata di Nusa Tenggara Barat yaitu sebagai desa wisata. Pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan meningkatkan sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang masih kurang memadai sebagai desa wisata.

4.3.4. Strategi Alternatif Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukarara

Berdasarkan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal desa wisata di Desa Sukarara, maka dilakukan analisis SWOT (strength, weakneses, opportunities, and threat) yang merupakan strategi alternatif pengembangan desa wisata di Desa Sukarara, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah. Matrik SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif pengembangan desa wisata sesuai dengan potensi dan kondisi lingkungan internal dan kondisi lingkungan eksternal yang dimiliki Desa Sukarara.

Berdasarkan setiap strategi dapat dijabarkan dan diturunkan berbagai macam program pengembangan yang mendukung pengembangan desa wisata Desa Sukarara pada khususnya dan

Kabupaten Lombok Tengah pada umumnya. Matriks analisis SWOT desa wisata Desa Sukarara Kecamatan Jonggat dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang menggunakan S-O adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang perlu dilakukan adalah Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan wisata alam sebagai alternatif dan Mempertahankan Tenun sebagai Daya Tarik Utama Wisata dan Strategi Promosi. Strategi pengembangan desa wisata dilakukan dengan merancang rute dan paket wisata. Merancang rute yang dimaksud adalah peta jalan pada jalur tracking bagi wisatawan, sehingga wisatawan dapat menempuh jauh/dekatnya jarak yang akan ditempuh. Paket wisata yang dapat dikembangkan adalah pemanfaatan alam sekitar terutama sawah dan kebun yaitu dengan membuat paket outbond, membajak sawah, menanam padi, dan tracking. Selain itu pengembangan kegiatan mass tourism dengan Sukarara Begawe yang sudah diadakan oleh pemerintah desa Sukarara di tahun 2013 perlu dilanjutkan lagi. Untuk mempertahankan daya tarik yang ada pada kawasan pada Tenun adalah tindakan pelestarian yang ada sebagai ciri khas yang dimiliki oleh kawasan dengan beranekaragam daya tarik kain tenun yang dimiliki sehingga menarik wisatawan. Ini dilakukan dengan mencoba mengembangkan desain tenun yang lebih bervariasi, misalnya dengan menurunkannya dari desain-desain terdahulu.

Strategi promosi yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan fasilitas media internet yang mudah tetapi memberikan efek yang luas. Pengembangan promosi lewat media ini dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan pengelola website yang mempromokan Lombok Tengah seperti centrallomboktourism.info dan lomboktengahkab.go.id.

Strategi S-T adalah strategi penyuluhan kepada masyarakat lokal sekitar kawasan Desa Sukarara dan strategi meningkatkan dan mempertahankan keamanan di lingkungan Desa Sukarara. Strategi ini muncul dari adanya kekuatan yang digunakan untuk mengatasi kelemahan. Strategi penyuluhan kepada masyarakat lokal dilakukan untuk mencegah terjadinya hal-hal yang bersifat negatif dari adanya pengembangan desa wisata ini.

Strategi W-O adalah pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan. Strategi yang perlu dilakukan adalah Strategi Peningkatan Sarana dan Prasarana Pendukung dan Pengembangan kemitraan dengan desa wisata lainnya di Lombok. Sarana dan prasarana yang dapat dikembangkan untuk mendukung desa wisata pada daerah tersebut adalah dengan adanya perbaikan jalan, pembuatan jalur tracking, toilet, information center, pos keamanan, tempat parkir, loket, rest area, dan fasilitas lainnya yang dapat menunjang kepariwisataan. Selain itu pengembangan kemitraan dengan desa wisata lain seperti Sade Rambitan, Banyumulek dan Beleke perlu dikembangkan sehingga dapat memberikan masukan dan kerja sama mengenai masalah pariwisata.

. Tabel 3. Matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

<p>Analisis Internal</p> <p>Analisis Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerajinan Tenun 2. Budaya 3. Jiwa wirausaha masyarakat 4. Aksesibilitas 5. Sikap masyarakat 6. Pendapatan yang diperoleh masyarakat luas 7. Kondisi keamanan desa 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana dan prasarana yang memadai 2. Keterampilan masyarakat dalam berbahasa asing 3. Pelayanan kepada wisatawan 4. Dukungan dana yang memadai 5. Kebersihan lingkungan 6. Pemanfaatan SDM sebagai pemandu wisata 7. Penataan lingkungan
<p><u>Peluang (O)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara 2. Letak strategis dengan objek wisata lain 3. Ekspor kain tenun ke luar daerah dan manca negara 4. Konsep pengembangan wisata alami 5. Kebun dan Lahan pertanian yang dijadikan objek wisata 6. Daerah tujuan wisata di Lombok 7. Terjalannya kerjasama pemerintah, investor, masyarakat, perajin tenun, pengusaha art shop dan petani 	<p><u>Strategi SO</u></p> <p>Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan wisata alam sebagai alternatif dan Mempertahankan Tenun sebagai Daya Tarik Utama Wisata (S1+S2+S3+S4+S5+S6+S7+S8+S9+S10+O1+O2+O3+O4+O5+O6+O8+9+O10+O11)</p> <p>Strategi promosi (S1+S2+S3+S4+S5+S6+S7+O</p>	<p><u>Strategi WO</u></p> <p>Strategi Peningkatan Sarana dan Prasarana Pendukung Serta Pengembangan kemitraan dengan desa wisata lainnya di Lombok (W1+W5+W6+O8+O10)</p>

<p>8. Dukungan pelaku wisata 9. Otonomi daerah yang diberlakukan pemerintah 10. Nilai budaya masyarakat setempat 11. Pemasaran melalui internet</p>	<p>1+O2+O3+O4+O5+O6+O7+O9+O10+O11)</p>	
<p><u>Ancaman (T)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan daerah lain dalam pengembangan desa wisata Berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat Harga bahan baku tenun Adanya penduduk pendatang Perubahan budaya Tercemarnya lingkungan Impor produk tenun dari luar negeri dalam rangka pasar bebas 	<p><u>Strategi ST</u></p> <p>Strategi Peningkatan kualitas produk tenun dan diversifikasi obyek wisata non tenun (S1+S2+S3+T2+T3+T7)</p> <p>Penyuluhan Kepada Masyarakat Lokal Sekitar Desa Sukarara tentang pemasaran melalui internet (S8+T1+T2)</p> <p>Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Keamanan di Lingkungan Desa Sukarara (S10+T3+T4)</p>	<p><u>Strategi WT</u></p> <p>Strategi Penataan Lingkungan dan Pengelolaan Kawasan (W1+W4+W5+W8+T1+T6)</p> <p>Strategi Pelatihan Budaya, Bahasa Asing dan Pemandu Wisata Kepada Masyarakat lokal (W2+W3+W7+T1+T5)</p>

Sumber: Data primer, 2016

Strategi W-T adalah meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, yang dapat dilakukan dengan penataan kawasan dan pengelolaan objek serta memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam kaitannya sebagai pemandu lokal. Penataan ini juga perlu dilakukan dengan berbagai permasalahan yang dimiliki oleh Desa Sukarara sebagai berikut.

- Fasilitas parkir yang kurang memadai, pengunjung parkir di badan jalan yang menyebabkan lalulintas terganggu.
- Kurangnya manajemen pengelolaan.

Selain penataan lingkungan strategi berikutnya adalah pengelolaan kawasan Desa Sukarara. Dalam pengelolaannya desa wisata ini kurang berjalan dengan baik akibat kurangnya dana sehingga menghambat dalam pengembangan Desa Sukarara sebagai desa wisata. Desa Sukarara perlu menjalin kerjasama dengan para pemangku kepentingan termasuk di dalamnya pemerintah, pemilik usaha perjalanan wisata maupun investor dalam pengembangan sebagai desa wisata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal diidentifikasi potensi yang dimiliki desa wisata di Desa Sukarara Kecamatan Jonggat ditinjau dari
 1. kekuatan (Kerajinan Tenun, Budaya, Jiwa wirausaha masyarakat, Aksebilitas, Sikap masyarakat, Pendapatan yang diperoleh masyarakat luas, Kondisi keamanan desa),
 2. kelemahan (Sarana dan prasarana yang memadai, Keterampilan masyarakat dalam berbahasa asing, Pelayanan kepada wisatawan, Dukungan dana yang memadai, Kebersihan lingkungan, Pemanfaatan SDM sebagai pemandu wisata, Penataan lingkungan),
 3. peluang (Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara, Letak strategis dengan objek wisata lain, Ekspor kain tenun ke luar daerah dan manca negara, Konsep pengembangan wisata alami, Kebun dan Lahan pertanian yang dijadikan objek wisata, Daerah tujuan wisata di Lombok, Terjalannya kerjasama pemerintah, investor, masyarakat, perajin tenun, pengusaha art shop dan petani, Dukungan pelaku wisata, Otonomi daerah yang diberlakukan pemerintah, Nilai budaya masyarakat setempat, Pemasaran melalui internet),
 4. ancaman (Persaingan dengan daerah lain dalam pengembangan desa wisata, Berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat, Harga bahan baku tenun, Adanya penduduk pendatang, Perubahan budaya, Tercemarnya lingkungan, Impor produk tenun dari luar negeri dalam rangka pasar bebas).
2. Berdasarkan kesimpulan dari matriks SWOT, maka prioritas yang dapat dilakukan adalah mengembangkan desa wisata dengan produk wisata alternatif selain tenun dan mempertahankan tenun sebagai daya tarik utama Desa Sukarara dengan mempersiapkan desain baru yang lebih menarik bagi wisatawan, mempersiapkan promosi melalui internet, mempersiapkan masyarakat sebagai pemandu wisata budaya dan penataan kawasan.

5.2. Saran

- a) Dalam pengelolaan desa wisata, Desa Sukarara perlu kebijakan pengelolaan yang cepat dan terarah, termasuk di dalamnya penenun, petani, pemilik art shop dan pemerintah daerah sebagai pengelola. Agar penenun tidak semata-mata hanya dijadikan objek melainkan sebagai subjek, sehingga dalam pengelolaannya hanya ada satu pintu manajemen.
- b) Perlu obyek wisata alternatif di Desa Sukarara sehingga desa tersebut memiliki daya tarik lain selain wisata kerajinan tenun.
- c) Diharapkan tetap mampu mempertahankan eksistensi kawasan dengan areal persawahan dan kawasan Batu Kuwur sebagai objek daya tarik alternatif selain tenun, ini perlu dipertahankan tanpa melakukan banyak perubahan yang dapat merusak lingkungan sekitar.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk penelitian berikutnya

Peneliti belum mampu menggali semua pendapat pemangku kepentingan termasuk di dalamnya konsumen sehingga pendapat dari pihak eksternal hanya terfokus pada pihak pemerintah dan swasta yang terkait dengan pariwisata Lombok Tengah. Untuk penelitian di masa depan peneliti menyarankan untuk menambahkan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Desa Wisata Sukarara yang terintegrasi sehingga penelitian yang dilakukan lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press. Applications. US: Prentice Hall.
- Abdurahman, D. (2003). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. Kurnia Kalam Semesta
- Aminuddin. (1990). *Pengembangan Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bahasa dan Sastra*. Malang : Yayasan Asih Asah Asuh Malang. (YA3 Malang).
- Amir, M. T. (2011). *Manajemen Strategik*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada,
- Anonim, (2013) Data Statistik Daerah, ntb.bps.go.id
- Anonim, (2015) www.disbudpar.ntbprov.go.id, 2015
- Anonim, (2015). <http://gayahidup.republika.co.id/> 29 Maret 2016
- Arida, Nyoman Kusuma. (2009). *Meretas Jalan Ekowisata Bali Proses Pengembangan, Partisipasi Lokal dan Tantangan Ekowisata di Tiga Desa Kuno Bali*. Denpasar: Udayana University Press.
- Atmadja, A. T. (2013) Pergulatan Metodologi Dan Penelitian Kualitatif Dalam Ranah Ilmu Akuntansi, *Jurnal Akuntansi Profesi*. Vol. 3 No.2, Desember 2013
- Bungin. B., (2003). *Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. 4th ed. SAGE Publications, Inc.
- David, Fred R, (2006). *Manajemen Strategi*, Ed ke-10, Jakarta: Salemba Empat
- Dharmawan, I M. A., Sarjana, I M., dan Yudhari, I D. A. S., (2014) Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Desa Sukarara Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan, *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol. 3, No. 1, Januari 2014
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jauch, L. R. & Glueck, W. F. (1999). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bersaing*, terjemahan Agus Dharma. Jakarta: penerbit Erlangga.
- Kemenpar (2015). *Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata, Kementerian Pariwisata RI, <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/2015%20Kajian%20Pengembangan%20Wisata%20Syariah.pdf>
- Kotler, P. (2000), *Marketing Management*, Millennium ed. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, P. and Armstrong G., (2014) *Principles of Marketing*, 13th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. and Armstrong, G., (2008), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. dan Armstrong G., (2015). *Principles of Marketing*, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P. dan Keller, K, L., (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, CH. dan Wright LK. (2005) *Manajemen Pemasaran Jasa* (Terjemahan). Jakarta : PT Indeks,
- Lupiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Salemba Empat, Jakarta
- Malhotra, N. K. (1996). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta:PT Index.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oktaryani, G. A. dan Permadi, L. A., (2013), Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Nusa Tenggara Barat, *Prosiding, Seminar Nasional Pariwisata Hijau dan Pengembangan Ekonomi Mataram* November 2013
- Patton, M. Q. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Pearce, R. (1997). *Manajemen Strategik :Formulasi Implementasi Dan Pengendalian*. Binarupa Aksara. Jakarta.

- Permadi, L. A. dkk (2008), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dari Etnis Sasak Untuk Membeli Produk Tradisional Di Lombok Tengah *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 8 No. 2, September 2008, hal. 136
- Poerwandari, E. K. (2005). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia* (edisi.Ketiga). Depok: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta : PT, Gramedia Pustaka Utama
- Robinson, P. (1997). Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1, (Jakarta : Binarupa Aksara, 231
- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja. Grafindo Persada.
- Sastrayuda, G. S. (2010) *Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisure*
- Saufi, A., Teguh, F., Ristanto, H., Basuki, P., Oehms, O., Vitriani, D., Creutz, S., & Nuzullay, B.H. (2015). *Rencana Induk Pariwisata Berkelanjutan Pulau Lombok 2015-2019*. Mataram: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- Schiffman, L. dan Kanuk L. (2008), *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Alih Bahasa : Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT. INDEKS.
- Sekaran, U. (2006) *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya : Pustaka Utama.
- Soemarmo (2010). *Desa Wisata*, diakses melalui <http://marno.lecture.ub.ac.id> tanggal 30 Maret 2016
- Soemarno. (2010). *Desa Wisata*. marno.lecture.ub.ac.id/files/2012/01/Desa-wisata.doc. diunduh Desember 2015
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F.. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2003). *Strategic management in Action*
- Waskito, Jati dan Harsono, Mugi (2017). Evolusi Pemikiran Manajemen Strategik Sebelum Era 2000-an, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, Juni 2017
- Yin, R. K, (2008), *Studi Kasus (Desain Dan Metode), (Case Study Research Design and Methods")* diterjemahkan oleh Drs. M. Djauzi Mudzakir, MA, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Yoeti, Oka A. (1997). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Zakaria, F. dan Suprihardjo, R. D. (2014) Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan, *Jurnal Teknik Pomits* Vol. 3, No.2, (2014) 2337-3520 (2301-9271 Print) C-245