



POTENSI EKONOMI DESA WISATA

Rahmat A. Kurniawan, M.Sc
Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.



POTENSI EKONOMI DESA WISATA



Buku ini menyajikan hasil identifikasi potensi ekonomi desa wisata khususnya di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, potensi ini memiliki peluang yang sangat baik untuk dikembangkan pada masa yang akan datang. Teknik analisis yang dipergunakan yaitu statistika deskriptif dan analisis kualitatif pendekatan Analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui pengumpulan data lapangan/survei di 18 (Delapan Belas) Desa Wisata yang ada di Lombok Timur. Buku ini menyajikan tinjauan secara teori terkait desa wisata, pariwisata dan pengembangan pariwisata yang menekankan pada potensi ekonomi. Tinjauan teori tersebut dipadukan dengan data empiris yang diperoleh di lapangan.

Rahmat A. Kurniawan, M.Sc
Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.

POTENSI EKONOMI
DESA WISATA



Rahmat A. Kurniawan, M.Sc
Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.

POTENSI EKONOMI DESA WISATA



POTENSI EKONOMI DESA WISATA

Penulis:

Rahmat A. Kurniawan, M.Sc dan
Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc

ISBN 978-623-8497-14-0

Editor:

Dr. Mohammad Liwa Irrubai, S.Ag., M.Pd.

Layout:

Tim UIN Mataram Press

Desain Sampul:

Tim Creative UIN Mataram Press

Penerbit:

UIN Mataram Press

Redaksi:

Kampus II UIN Mataram (Gedung Research Center Lt. 1)
Jl. Gajah Mada No. 100 Jempong Baru
Kota Mataram – NTB 83116
Fax. (0370) 625337 Telp. 087753236499
Email: uinmatarampress@gmail.com

Distribusi:

CV. Pustaka Egaliter (Penerbit & Percetakan)
Anggota IKAPI (No. 184/DIY/2023)
E-mail: pustakaegaliter@gmail.com
<https://pustakaegaliter.com/>

Cetakan Pertama, Desember 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku “Potensi Ekonomi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur” dapat diselesaikan dan dipublikasikan. Buku ini menyajikan hasil identifikasi potensi ekonomi desa wisata di Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, potensi ini memiliki peluang yang sangat baik untuk dikembangkan pada masa yang akan datang. Teknik analisis yang dipergunakan yaitu statistika deskriptif dan analisis kualitatif pendekatan Analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui pengumpulan data lapangan/survei di 18 (Delapan Belas) Desa Wisata yang ada di Lombok Timur. Buku ini menyajikan tinjauan secara teori terkait desa wisata, pariwisata dan pengembangan pariwisata yang menekankan pada potensi ekonomi. Tinjauan teori tersebut dipadukan dengan data empiris yang diperoleh di lapangan.

Selanjutnya kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi atas terbitnya buku ini. Terima kasih khususnya kami sampaikan Pimpinan UIN Mataram, Ketua, Sekretaris, Kepala Pusat beserta segenap jajaran LP2M UIN Mataram yang memberikan kesempatan untuk buku ini bisa diterbitkan. Kemudian tim pendukung yang dengan tekun mengumpulkan data dari lapangan : Abdul Basit, Lalu Kemala Hady, M. Yezi Irfanani, Aref Irawan, M. Gauz Rofiqul A., Hamid Muhammad Gasir, Salman Farizal, Harianto terima kasih yang luar biasa sudah membantu melakukan identifikasi potensi yang ada di desa wisata.

Kami berharap agar buku ini dapat bermanfaat bagi para pengambil kebijakan, pemerhati ekonomi dan pariwisata dan

masyarakat. Kami terbuka untuk menerima segala masukan dan saran agar buku ini dapat lebih baik lagi.

Mataram, November 2023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Prosedur Ilmiah Desa Wisata	15
C. Konsep Dasar Kepariwisata	25
1. Pengertian Pariwisata	25
2. Karakteristik Pariwisata	28
3. Dampak Pariwisata	30
4. Manfaat Pariwisata	32
D. <i>Community Based Tourism</i> (CBT)	34
E. Desa Wisata	37
F. Digitalisasi Desa Wisata	51
G. Pengembangan Desa Wisata	53
BAB II DESA WISATA BERBASIS POTENSI ALAM	67
A. Desa Wisata Berbasis Potensi Alam	67
B. Eksplorasi Potensi Alam Desa Wisata	67
1. Desa Wisata Tete Batu	67
2. Desa Wisata Kembang Kuning	81
3. Desa Wisata Pringgasela	98

4. Desa Wisata Jeruk Manis _____	114
5. Desa Wisata Lenek Ramban Biak _____	129
6. Desa Wisata Lenek Pesiraman _____	145
7. Desa Wisata Senanggalih _____	160
8. Desa Wisata Sugian _____	173

**BAB III DESA WISATA KAWASAN
PEGUNUNGAN _____ 189**

A. Desa Wisata Pegunungan _____	189
B. Eksplorasi Potensi Desa Wisata Kawasan Pegunungan _____	189
1. Desa Wisata Sembalun Bumbung _____	189
2. Desa Wisata Sembalun Lawang _____	206
3. Desa Wisata Bebidas _____	221
4. Desa Wisata Sapit _____	235
5. Desa Wisata Sembalun _____	249

**BAB IV DESA WISATA BERBASIS POTENSI
BAHARI _____ 267**

A. Desa Wisata Bahari _____	267
B. Eksplorasi Potensi Desa Wisata Bahari _____	267
1. Desa Wisata Tanjung Luar _____	267
2. Desa Wisata Sekaroh _____	282
3. Desa Wisata Jerowaru _____	297
4. Desa Wisata Labuhan Pandan _____	311
5. Desa Wisata Seriwe _____	326

BAB V POTENSI EKONOMI DESA WISATA	343
A. Desa Wisata Tetebatu_____	343
B. Desa Wisata Kembang Kuning _____	344
C. Desa Wisata Pringgasela _____	345
D. Desa Wisata Jeruk Manis_____	347
E. Desa Wisata Lenek Ramban Biak _____	348
F. Desa Wisata Lenek Pesiraman_____	349
G. Desa Wisata Senanggalih_____	349
H. Desa Wisata Sugian _____	350
I. Desa Wisata Sembalun Bumbung _____	351
J. Desa Wisata Sembalun Lawang_____	352
K. Desa Wisata Bebidas _____	353
L. Desa Wisata Sapit _____	354
M. Desa Wisata Sembalun_____	355
N. Desa Wisata Tanjung Luar_____	356
O. Desa Wisata Sekaroh _____	357
P. Desa Wisata Jerowaro _____	358
Q. Desa Wisata Labuan Pandan _____	358
R. Desa Wisata Seriwe _____	359
 BAB VI MASA DEPAN DESA WISATA BERKUALITAS	 3611
A. Menangkap Peluang Tren Pariwisata Global _____	361
B. Arah Pengembangan Potensi Desa Wisata _____	363
 DAFTAR PUSTAKA	 365

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1	29
Tabel 1.1.2	31
Tabel 2.1.1	48
Tabel 2.1.2	71
Tabel 2.1.3	74
Tabel 2.1.4	75
Tabel 2.1.5	78
Tabel 2.2.1	84
Tabel 2.2.2	85
Tabel 2.2.3	90
Tabel 2.2.4	91
Tabel 2.2.5	95
Tabel 2.3.1	100
Tabel 2.3.2	102
Tabel 2.3.3	106
Tabel 2.3.4	108
Tabel 2.3.5	111
Tabel 2.4.1	116
Tabel 2.4.2	117
Tabel 2.4.3	122
Tabel 2.4.4	124
Tabel 2.4.5	126
Tabel 2.5.1	132
Tabel 2.5.2	134
Tabel 2.5.3	138
Tabel 2.5.4	140
Tabel 2.5.5	143
Tabel 2.6.1	147
Tabel 2.6.2	148
Tabel 2.6.3	153
Tabel 2.6.4	155

Tabel 2.6.5	158
Tabel 2.7.1	162
Tabel 2.7.2	164
Tabel 2.7.3	166
Tabel 2.7.4	168
Tabel 2.7.5	170
Tabel 2.8.1	175
Tabel 2.8.2	177
Tabel 2.8.3	181
Tabel 2.8.4	182
Tabel 2.8.5	185
Tabel 3.1.1	191
Tabel 3.1.2	193
Tabel 3.1.3	199
Tabel 3.1.4	200
Tabel 3.1.5	203
Tabel 3.2.1	208
Tabel 3.2.2	209
Tabel 3.2.3	214
Tabel 3.2.4	215
Tabel 3.2.5	218
Tabel 3.3.1	223
Tabel 3.3.2	225
Tabel 3.3.3	228
Tabel 3.3.4	229
Tabel 3.3.5	232
Tabel 3.4.1	237
Tabel 3.4.2	239
Tabel 3.4.3	242
Tabel 3.4.4	244
Tabel 3.4.5	246
Tabel 3.5.1	252
Tabel 3.5.2	253
Tabel 3.5.3	259

Tabel 3.5.4	260
Tabel 3.5.5	263
Tabel 4.1.1	270
Tabel 4.1.2	271
Tabel 4.1.3	274
Tabel 4.1.5	278
Tabel 4.2.1	285
Tabel 4.2.2	286
Tabel 4.2.3	290
Tabel 4.2.4	292
Tabel 4.2.5	294
Tabel 4.3.1	300
Tabel 4.3.2	301
Tabel 4.3.3	304
Tabel 4.3.4	305
Tabel 4.3.5	308
Tabel 4.4.1	314
Tabel 4.4.2	315
Tabel 4.4.3	318
Tabel 4.4.4	319
Tabel 4.4.5	322
Tabel 4.5.1	330
Tabel 4.5.2	331
Tabel 4.5.3	334
Tabel 4.5.4	335
Tabel 4.5.5	338

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	8
Gambar 1.2	11
Gambar 1.3	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1.....	78
Grafik 2.2.....	94
Grafik 2.3.....	110
Grafik 2.4.....	126
Grafik 2.5.....	142
Grafik 2.6.....	157
Grafik 2.7.....	170
Grafik 2.8.....	184
Grafik 3.1.....	202
Grafik 3.2.....	217
Grafik 3.3.....	231
Grafik 3.4.....	246
Grafik 3.5.....	263
Grafik 4.1.....	277
Grafik 4.2.....	294
Grafik 4.3.....	308
Grafik 4.4.....	322
Grafik 4.5.....	337

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu industri penting penopang ekonomi. Industri pariwisata menjadi salah satu sumber penghasil devisa untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang bermuara untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, membuka lapangan kerja dan mengatasi pengangguran (Miswan, Sukaesih, 2019). Industri pariwisata sebagai salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi, karena sektor pariwisata memiliki pengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat (Ratwianingsih, Mulyaningsi, Johadi. 2021). Dalam Undang-Undang Kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009 bab II pasal 4 dikatakan bahwa dampak dari pengembangan pariwisata di Indonesia sangat luas, mulai dari dampak terhadap ekonomi masyarakat, kesejahteraan rakyat, kemiskinan sampai kepada pelestarian alam. Undang-undang memberikan otonomi kepada masing-masing daerah dalam urusan pengembangan daerahnya. Rancangan program pengembangan pariwisata misalnya pengembangan desa wisata sudah banyak dilakukan hanya saja implementasinya masih banyak hambatan (Masitah, 2019).

Prospek industri pariwisata di Indonesia sangat besar mengingat kekayaan alam Indonesia yang melimpah.

Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional (Adhikrisna 2016). Saat ini wisatawan lebih tertarik dengan pariwisata yang menyuguhkan alam pedesaan. Berdasarkan hal tersebut maka berkembang pariwisata di pedesaan yang disebut desa wisata. Perkembangan perencanaan yang mengarah pada pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dilakukan agar setiap perencanaan dapat berlangsung secara berkesinambungan dengan perencanaan yang telah ada (Mulyo & Khadijanto, 2005). Dalam hal ini diikuti oleh perkembangan perencanaan pada sektor pariwisata terutama dalam desa wisata. Pada dasarnya, pariwisata merupakan suatu unsur kegiatan penataan ruang dalam upaya pengembangan wilayah yang bertujuan untuk menjaga kesejahteraan masyarakat dan menjaga lingkungan hidup. Penataan ruang memberikan jaminan terpeliharanya keberadaan objek pariwisata beserta lingkungannya dari aktivitas ekonomi selain wisata.

Desa wisata merupakan salah satu objek wisata yang sedang berkembang pada sektor pariwisata. Desa wisata biasanya dikembangkan pada kawasan pedesaan yang didalamnya masih memiliki karakteristik khusus. Desa wisata merupakan produk wisata yang dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki desa baik berupa masyarakat, alam, dan budaya sebagai sebuah identitas

yang memiliki daya tarik wisata. Karakteristik yang dimiliki pada desa wisata adalah sumber daya alam yang masih asli, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat lokal. Berbagai karakteristik tersebut menjadi identitas suatu desa wisata yang memiliki kegiatan wisata minat khusus. Selain itu, desa wisata secara tidak langsung dapat mendorong masyarakat lokal untuk menjaga dan melestarikan alam serta kebudayaan yang telah dimiliki desa tersebut. (Masitah, 2019).

Keberadaan desa wisata dalam perjalanan pembangunan pariwisata di Indonesia sudah sedemikian penting. Desa wisata sudah mampu mewarnai variasi destinasi yang lebih dinamis dalam suatu kawasan pariwisata. Perkembangan industri pariwisata yang dalam hal ini adalah desa wisata mempunyai dampak bagi ekonomi suatu wilayah, antara lain peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan pemerintah desa, peningkatan permintaan produk lokal dan peningkatan fasilitas untuk masyarakat (Febriana dan Pangestuti 2018).

Peluang mengembangkan wisata di desa, atau pengembangan desa wisata sangat terbuka lebar. Menurut Parks et al. (2009), kelompok masyarakat ekonomi kelas menengah memiliki permintaan yang tinggi terhadap perjalanan dan wisata. Seiring dengan itu, peningkatan sarana infrastruktur khususnya transportasi memungkinkan

akses ke berbagai wilayah tujuan wisata. Melihat potensi ekonomi ini, wilayah pedesaan perlu berbenah menyiapkan diri untuk menerima kehadiran wisatawan dari luar wilayah atau kota-kota lain. Sudah banyak pemerintah daerah mengoptimalkan pengembangan jasa wisata pedesaan, dan memperoleh manfaat kesejahteraan bagi warganya (Nugroho, 2010).

Terbentuknya desa wisata sangat dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat setempat, pengembangan mutu produk wisata pedesaan, pembinaan kelompok pengusaha setempat. Hal ini karena keaslian suatu desa wisata menjadi daya tarik tersendiri. Perkembangan industri pariwisata yang dalam hal ini adalah desa wisata mempunyai dampak bagi ekonomi suatu wilayah, antara lain pemerataan kesempatan kerja dalam mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat maka diperlukan pendekatan pengembangan pariwisata yang melibatkan peran aktif masyarakat melalui pengembangan Desa Wisata.

Mengembangkan suatu tujuan wilayah wisata, desa wisata atau ekowisata memerlukan perencanaan yang cermat dan terintegrasi. Kehidupan desa boleh saja maju secara ekonomi, serta menunjukkan kemajuan pembangunan desa. Namun, desa harus tetap menunjukkan peran dan fungsi sebagai sumber inspirasi bagi konservasi lingkungan dan budaya, dan mendukung keseimbangan kehidupan dan ekosistem. Melalui aktivitas wisata, desa

dapat memberikan tempat pembelajaran banyak hal khususnya tentang konservasi lingkungan dan budaya (Nugroho dan Negara, 2015).

Karakteristik yang dimiliki pada desa wisata adalah sumber daya alam yang masih asli, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat lokal. Berbagai karakteristik tersebut menjadi identitas suatu desa wisata yang memiliki kegiatan wisata minat khusus. Selain itu, desa wisata secara tidak langsung dapat mendorong masyarakat lokal untuk menjaga dan melestarikan alam serta kebudayaan yang telah dimiliki desa tersebut. (Masitah, 2019).

Upaya untuk mencapai hal tersebut, diperlukan adanya pembinaan secara sinergis antara para pelaku usaha wisata, dan pemerintah. Hal tersebut membuat para pelaku usaha dan pariwisata akan dapat merencanakan, menyusun, memprogramkan desa wisata berbasis pada kemampuan masyarakat dan potensi desa. Dalam hal ini perlu adanya koordinasi antar pihak yang berkepentingan sehingga dengan terjalannya koordinasi antarpihak maka tujuan pengembangan desa wisata akan tercapai.

Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui Dinas Pariwisata NTB sedang fokus mengembangkan desa wisata. Berdasarkan data dinas pariwisata, NTB memiliki potensi besar dalam pengembangan desa wisata. keragaman potensi wisata desa yang bisa menjadi alternatif pilihan bagi para wisatawan kala berkunjung ke lombok.

Hal ini juga linier dengan kebijakan pemerintah pusat dalam menumbuhkan semangat kepariwisataan juga harus membangun desa (Sidiq, Pahmi, 2019)

Selain itu pemerintah telah menetapkan 99 lokasi desa wisata di Nusa Tenggara Barat Tahun 2019-2023, sebagaimana tercantum dalam keputusan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Penetapan desa wisata sebagaimana yang dimaksudkan dalam keputusan pemerintah, agar program dan pelaksanaan percepatan pembangunan secara *holistic, integrative, tematik* dan *special* yang dimaksudkan agar terjadi sinergitas dan integrasi terhadap lokasi pelaksanaan dan perencanaan program kegiatan desa wisata yang dilakukan oleh berbagai *stakeholder*.

Pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB), khususnya di Pulau Lombok tidak hanya menarik perhatian para wisatawan untuk datang ke Bumi Seribu Masjid, melainkan juga mendorong geliat pertumbuhan ekonomi warga sekitar. Lombok merupakan salah satu pulau yang berada di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan luas mencapai 5.435 km², yang menempatkannya pada peringkat 108 dari daftar pulau berdasarkan luasnya di dunia. Di Pulau Lombok terdapat empat Kabupaten yaitu Lombok Timur, Lombok Utara, Lombok Barat dan Lombok Tengah. Beberapa Kabupaten/Kota yang ada di pulau Lombok memiliki

sektor pariwisata dan perikanan sebagai sektor penunjang dalam pengembangan dan pembangunan daerah (Inzana, Mayunita, Jumaah, 2021).

Seiring dengan kebijakan pemerintah untuk menempatkan sektor pariwisata sebagai salah satu program prioritas pembangunan, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat turut menjawabnya dengan melakukan berbagai pengembangan di sektor ini. Salah satunya adalah pengembangan Desa Wisata di sejumlah titik di wilayah NTB, peningkatan kesadaran wisata hingga meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan dalam mewujudkan hal ini.

Provinsi Nusa Tenggara Barat sedang giat-giatnya dalam mengenalkan dan mengembangkan konsep pariwisata pada sektor pariwisata miliknya (Lalu Adi Permadi, 2018). Hal tersebut terbukti dari kerja nyata dan seriusnya Pemerintah Daerah dalam pengembangan pariwisata di lombok (Lukman Santoso Y. T., 2020). Perkembangan sektor pariwisata di Provinsi NTB bisa terlihat dari angka kunjungan wisatawan yang mengalami fluktuatif. Selain itu, Provinsi Nusa Tenggara (Sarjan, 2019). Hal ini menjadi perhatian penting bagi pemerintah daerah mengenai bagaimana mengelola sektor pariwisata dengan baik hingga dapat memicu kedatangan wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri (Lalu Adi Permadi, 2018). Pariwisata adalah sumber pertumbuhan ekonomi baru di NTB. Data dinas pariwisata NTB

mencatat, kemajuan sektor pariwisata di Provinsi NTB ditandai dengan meningkatnya angka kunjungan wisatawan mancanegara dan Nusantara setiap tahun. Adapun data kunjungan wisatawan Provinsi Nusa Tenggara Barat dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini.

Gambar 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Mancanegara ke NTB (Orang) 5 Tahun Terakhir



Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Mancanegara ke NTB memiliki jumlah kunjungan yang Fluktuatif dari tahun ke tahun meskipun pada tahun 2020, 2021, 2022 jumlah kunjungan wisatawan NTB sempat menurun, Tercatat jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2018 sampai dengan 2022 mengalami fluktuatif. Berdasarkan data yang di dapatkan melalui Dinas Pariwisata Provinsi NTB jumlah total

Wisatawan Nusantara (Wisnus) 1.607.823 Jiwa dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) 1.204.556 jiwa di tahun 2018. Pada tahun 2019 terus mengalami kenaikan Pengunjung wisatawan baik Nusantara maupun Mancanegara. Jumlah total kunjungan yang ada di NTB yang berasal dari Wisatawan Nusantara (Wisnus) pada tahun 2019 sebanyak 1.550.791 jiwa dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) pada tahun 2019 yang berkunjung ke NTB sebanyak 2.155.561 jiwa mengalami peningkatan jumlah kunjungan ke NTB cukup besar dari tahun 2018. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan yang di akibatkan oleh Virus Corona 19 pada tahun 2020, dengan total Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang berkunjung ke NTB sebanyak 11.890 jiwa dan total Wisatawan Nusantara (Wisnus) yang berkunjung ke NTB sebanyak 95.214 jiwa. Pada tahun 2021 Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang berkunjung ke NTB sebanyak 39.982 jiwa dan Wisatawan Nusantara (Wisnus) yang berkunjung ke NTB sebanyak 360.613 jiwa dan pada tahun 2022 pengunjung Wisatawan Mancanegara (Wisman) ke NTB sebanyak 122.555 jiwa dan Wisatawan Nusantara (Wisnus) yang berkunjung ke NTB sebanyak 1.078.381 jiwa lebih banyak dari pada tahun-tahun sebelumnya.

Terjadinya jumlah kunjungan yang cukup fluktuatif dikarenakan musibah yang besar menimpa Negeri kita

dengan tersebarnya Virus Corona yang terjadi di Provinsi NTB yang menyebabkan sektor pariwisata menurun terutama pada jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal maupun Nasional. Berdasarkan data historis *year on year* kunjungan wisatawan ke NTB menunjukkan penurunan yang lumayan besar akan tetapi pada tahun 2022 kunjungan yang ke Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Mancanegara ke NTB mulai mengalami sedikit kenaikan.

Kabupaten/kota yang ada di NTB yang memiliki berbagai potensi pariwisata, salah satunya adalah kabupaten Lombok Timur yang mempunyai beberapa desa wisata antara lain Desa Tanjung Luar, Jerowaru, Sekaroh, Seriwe, Tete Batu, Pringgasela, Kembang Kuning, Sapit, Bebidas, Jeruk Manis, Sugian, Labuan Pandan, Lenek Pesiraman, Lenek Ramban Biak, Sembalun, Sembalun Bumbung, Sembalun Lawang dan Senanggalih yang sudah masuk 99 desa wisata dalam SK Gubernur. Dari banyaknya desa wisata yang ada di Lombok Timur bisa tidak menutup kemungkinan menjadi peluang besar dalam pengembangan pariwisata di Lombok Timur, objek wisata yang ada harus dikelola dengan baik agar dapat menarik kunjungan wisatawan domestik maupun luar Negeri sehingga jumlah kunjungan wisata meningkat sehingga dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan daerah (Makwa, 2019).

Namun, upaya ini belum berhasil secara keseluruhan karena masih terdapat beberapa masyarakat sekitar daerah wisata yang belum merasakan dampak dari adanya pengembangan pariwisata. Padahal pengelolaan yang baik dapat memberikan dampak citra identitas kawasan yang baik (Mumtaz & Karmila, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi pengembangan sektor pariwisata yang menggunakan standar atau parameter dan disesuaikan dengan lingkungan destinasi wisata yang akan dikembangkan.

Adapun data kunjungan wisatawan Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat dari tahun 2018-2022 dapat dilihat pada grafik 1.1 dibawah ini.

Gambar 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Mancanegara ke Lombok Timur (Orang) 5 Tahun Terakhir



Dari Gambar 1.2. dapat dilihat bahwa jumlah Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara ke Lombok Timur memiliki jumlah kunjungan yang Fluktuatif dari tahun ke tahun meskipun pada tahun 2020, 2021, 2022 jumlah kunjungan wisatawan yang ada di Lombok Timur sempat menurun, Tercatat jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2018 sampai dengan 2022 mengalami fluktuatif. Berdasarkan data yang di dapatkan melalui Dinas Pariwisata Lombok Timur jumlah total Wisatawan Nusantara (Wisnus) 19.234 Jiwa dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) 29.648 jiwa di tahun 2018. Pada tahun 2019 terus mengalami penurunan pada Wisatawan Mancanegara (Wisman) yaitu 21.058 jiwa Pengunjung wisatawan dan Wisatawan Nusantara (Wisnus) pada tahun 2019 mengalami kenaikan 37.364 jiwa dari tahun 2018. Jumlah kunjungan yang ada di Lombok Timur yang berasal dari Wisatawan Nusantara (Wisnus) pada tahun 2020 yang berkunjung ke Lombok Timur 11.456 jiwa dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) pada tahun 2020 jumlah kunjungan ke Lombok Timur 1.467 jiwa mengalami penurunan yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2021 jumlah kunjungan ke Lombok Timur 560 jiwa untuk Wisatawan Mancanegara (Wisman) sedangkan Wisatawan Nusantara (Wisnus) pada tahun 2021 sebanyak 28.172 jiwa yang mengalami penurunan yang cukup signifikan yang di akibatkan oleh Virus Corona

19 pada tahun 2020, dan pada tahun 2022 Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang berkunjung ke Lombok Timur 14.343 jiwa dan Wisatawan Nusantara (Wisnus) 71.301 jiwa yang berkunjung ke Lombok Timur lebih banyak dari pada tahun-tahun sebelumnya.

Potensi yang sangat melimpah di Lombok Timur ini masih belum bisa dimanfaatkan dan dikembangkan oleh masyarakat setempat sampai saat ini. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk membuat suatu wisata membuat segala potensi yang ada menjadi kurang berkembang. Dibutuhkan gertakan perubahan untuk menciptakan kesadaran masyarakat setempat untuk mengembangkan potensi yang ada. Karena seperti yang kita tahu bahwa suatu kawasan dengan pengelolaan pariwisata yang baik menciptakan berbagai perkembangan kemajuan di segala aspek kehidupan di masing-masing daerah tersebut.

Faktor penghambat dalam pengembangan yaitu keterbatasan pengetahuan yang menyebabkan masyarakat daerah kesulitan untuk melakukan pengembangan pariwisata. Padahal masyarakat dan komunitas memiliki peranan penting didalam pengembangan wisata (Rahman, 2019; Yuliani dan Aprilia, 2020; Pratiwi, 2021; Rahman, 2021; Syarifah dan Rochani, 2021). Disisi lain, pengembangan sangat penting untuk memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar terutama di bidang perekonomian seperti fasilitas pariwisata yang dapat

dimanfaatkan oleh masyarakat, usaha bisnis wisata, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan pemerintah, dan *multiplier effects*. Oleh karena itu dibutuhkan adanya suatu parameter sebagai penentu keberhasilan dalam pengembangan sektor pariwisata.

Pengembangan strategi Pariwisata Lombok Timur diperlukan perencanaan yang tepat dari alternatif-alternatif perencanaan yang memerlukan prioritas. Strategi pariwisata berkelanjutan dengan menyertakan pemerintah untuk menentukan prioritas evaluasi prosedur strategis pariwisata (Azzat, 2018). Sebagai pedoman untuk penyelenggaraan pariwisata di kawasan Lombok Timur, maka pemerintah harus membuat strategi yang tepat pengembangan pariwisata di kawasan Pariwisata Lombok Timur. Strategi tersebut dapat menjadi penyelesaian masalah-masalah yang ada dan tentunya mampu menambah perkembangan pariwisata di kawasan Lombok Timur (Sayekti, 2019). Kajian ini merupakan penelitian yang dilakukan pada semua sumber daya pendukungnya (Permadi, 2018). Sehingga, apabila kajian tersebut tidak dilakukan akan menghambat percepatan dalam pengembangan pariwisata yang ada di Lombok Timur secara komprehensif.

Kabupaten Lombok Timur mempunyai berbagai macam potensi wisata alam, buatan, ataupun budaya yang dapat dikelola ataupun dikembangkan seperti: Wisata

alam, Budaya, Buatan dan masih banyak lagi yang ada di Kabupaten Lombok Timur. Pada buku ini dilakukan analisis lebih dalam terhadap potensi-potensi yang ada khususnya potensi ekonomi di Kabupaten Lombok Timur menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis Potensi Desa Wisata yang ada di Kabupaten Lombok Timur.

B. Prosedur Ilmiah Eksplorasi Desa Wisata

1. Jenis dan Pendekatan Eksplorasi

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009), pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam pengertian lebih lanjut Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan untuk dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Fuad, 2012). Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi yang alamiah atau *natural setting*, peneliti mengumpulkan data berdasarkan observasi yang wajar. Peneliti merupakan alat utama dalam pengumpulan data karena peneliti yang langsung terjun

ke lapangan mencari data dengan wawancara secara mendalam (Sugiyono, 2009).

Identifikasi potensi menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu sebuah penelitian yang berusaha mendapatkan informasi yang selengkap-lengkapnya guna mendapatkan informasi (Sugiyono, 2009). Informasi yang digali lewat wawancara mendalam terhadap informan (Kepala Desa, Pengunjung, Masyarakat dan Pengelola Wisata Lokal). Proses observasi dan wawancara bersifat sangat utama dalam pengumpulan data (Moleong, 2006). Dari observasi dan wawancara diharapkan mampu menggali permasalahan yang ada dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur guna mengetahui strategi apa yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pariwisata Kabupaten Lombok Timur di mata Nasional maupun Internasional serta dalam mensejahterakan masyarakat lokal melalui bantuan pemberdayaan masyarakat yang di programkan melalui Desa Wisata oleh Pemerintah Pusat, Provinsi maupun Kabupaten.

2. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual memberikan pengertian tentang konsep dari variabel yang akan diteliti menurut pendapat peneliti berdasarkan kerangka teori yang digunakan (Sugiyono, 2009). Identifikasi dan

eksplorasi seluruh potensi ekonomi yang ada dilakukan mengacu pada konsep dan teori terkait dengan Desa Wisata. Adapun teknik yang digunakan adalah teknik analisis SWOT dalam Sugian (2008) yang menjelaskan bahwa dalam teknik analisis SWOT terdapat 4 variabel yang mempengaruhi keberhasilan strategi yaitu *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*. Keempat variabel ini dapat menjawab permasalahan yang ada (Rangkuti, 2013).

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data utama adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data-data yang diperoleh langsung dari lapangan dan masih bersifat data mentah (Azwar, 2005). Adapun teknik pengumpulan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari (Moleong, 2006). Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak lain studi kepustakaan dan studi dokumentasi (Azwar, 2005). Adapun alat pendukung yang digunakan dalam melakukan penelitian berupa alat perekam, kamera, dan catatan lapangan (Sugiyono, 2009).

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam dengan cara mengumpulkan data primer dan sekunder yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Sumber data yang diperlukan meliputi: (Sugiyono, 2009).

a. Observasi

Sedangkan observasi menurut Moleong (2007) adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan. Menurutnya, observasi diklasifikasikan menjadi dua cara yaitu cara berperan serta dan cara yang tidak berperan serta. Observasi berperan serta, pengamat melakukan dua fungsi sekaligus yaitu sebagai pengamat dan sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamati. Namun observasi tanpa berperan serta, pengamat hanya melakukan satu fungsi yaitu mengadakan pengamatan (Sugiyono, 2009).

Saat melakukan identifikasi, teknik observasi yang dipakai ialah observasi tanpa berperan serta atau disebut observasi tidak berstruktur dengan mengamati dari jauh. Peneliti hanya sebagai pengamat saja tanpa menjadi anggota resmi organisasi yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dan informan (Sugiyono, 2009). Adapun teknik pengumpulan data dengan cara wawancara adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data yang terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat perasaan dan pengetahuan informan. Informan adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses identifikasi (Moleong, 2006).

Wawancara dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan pihak-pihak terkait penelitian, dalam rangka memperoleh informasi tentang hal-hal yang belum tercantum dalam observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas (Sugiyono, 2009). Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat dan memberikan informasi mengenai strategi pengembangan desa wisata. sesuai dengan yang

disarankan oleh (Esterberg: 2002) dalam Sugiyono (2008:73) peneliti akan mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang akan dikemukakan oleh informan (Esterberg: 2002) dalam Sugiyono (2008:73).

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu sumber data sekunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi dokumentasi adalah setiap bahan tertulis maupun film, gambar, dan foto-foto yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti (Sugiyono, 2009). Selanjutnya studi dokumentasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga yang menjadi bahan objek penelitian. Baik berupa prosedur, peraturan-peraturan, gambar, laporan hasil pekerjaan serta berupa foto ataupun dokumen elektronik (rekaman) (Fuad, 2012).

5. Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan (dalam Sugiyono, 2011:244) menyatakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami,

dan temuan dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Fuad, 2012).

Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2009), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2009).

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses memasuki lingkungan penelitian untuk melakukan pengumpulan data dalam suatu penelitian. Ini merupakan tahap awal yang harus dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan suatu informasi mengenai masalah-masalah yang terjadi di lapangan (Sugiyono, 2009).

b. Reduksi Data

Selama proses pengumpulan data dari berbagai sumber, tentu akan sangat banyak data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin lama

peneliti berada di lapangan, maka data yang didapatkan akan semakin kompleks dan rumit, sehingga apabila tidak segera diolah akan dapat menyulitkan peneliti (Sugiyono, 2009). Oleh karena itu, proses analisis data pada tahap ini juga harus dilakukan. Untuk memperjelas data yang didapatkan dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data, maka dilakukan reduksi data. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang ada di lapangan (Moleong, 2006). Reduksi data berlangsung selama proses pengumpulan data masih berlangsung. Pada tahap ini juga akan berlangsung kegiatan pengkodean dan meringkas. Proses informasi ini berlanjut terus sampai laporan tersusun lengkap (Fuad, 2012).

c. Penyajian Data

Secara sederhana penyajian data dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Sugiyono, 2009). Dalam sebuah penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Bagan, *flowchart* dan

sejenisnya. Penyajian data bertujuan agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan yang akan dilakukan (Moleong, 2006).

d. Verifikasi

Tahap akhir dalam analisis interaktif adalah verifikasi data. Dari awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti hubungan-hubungan, mencatat keteraturan, pola-pola, dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Kesimpulan yang dikemukakan diawal masih bersifat sementara, dan akan terus berubah selama proses pengumpulan data masih terus berlangsung (Fuad, 2012)

6. Uji Keabsahan Data

Penilaian dalam keabsahan data penelitian kualitatif terjadi disaat proses pengumpulan data dan analisis data (Kriyantoro, 2007). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian berdasarkan *trustworthiness* (Kriyantoro, 2007) *trustworthiness* merupakan jenis penelitian yang menguji kejujuran subjek dan kebenaran data dalam mengungkapkan kejadian sebenarnya yang dialami. *trustworthiness* mencakup dua hal yaitu:

a. *Authentic*

Authentic merupakan konstruksi personal yang diungkapkan oleh sumber penelitian guna mendapatkan hasil yang valid. Peneliti juga memberikan kesempatan untuk mengungkapkan konstruksi personal secara detail, untuk mempengaruhi mudahnya dalam pemahaman yang lebih mendalam (Kriyantoro, 2007).

b. Triangulasi

Dalam teknik triangulasi di artikan sebagai teknik pengumpul data yang bersifat menggabungkan dari berbagai sumber yang telah ada untuk pengecekan data atau digunakan sebagai pembanding (Sugiyono, 2009). Moloeng (2006) menyatakan tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenarannya tentang fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah peneliti temukan. Menurut Moloeng (2007:330). Adapun yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (Moleong, 2006)

- 1) Triangulasi sumber, dapat dilakukan dengan mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber. Data dari berbagai sumber tersebut kemudian dipilih dan dipilih dan disajikan dalam bentuk tabel matriks. Data dari sumber yang berbeda dideskripsikan,

dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, berbeda dan mana yang lebih spesifik (Sugiyono, 2009).

- 2) Triangulasi teknik, dapat dilakukan dengan melakukan cek data dari berbagai macam teknik pengumpulan data. Misalnya dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data dari ketiga teknik tersebut dibandingkan, adakah konsistensi. Jika berbeda, maka dapat dijadikan catatan dan dilakukan pengecekan selanjutnya mengapa data bisa berbeda (Fuad, 2012).

C. Konsep Dasar Kepariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang perjalanan (Sustrisno, 2008). Pariwisata dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang memiliki hubungan dengan wisatawan (Soekadijo, 2000). Sedangkan menurut Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang sementara waktu dari tempat tinggal mereka semula ke-daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau

mencari nafkah, melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Bab I Pasal I ayat (3) Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah, dan pemerintah daerah.

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Maksud dari kepergiannya menuju tempat lain dikarenakan oleh berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Pariwisata (*Tourism*) berbeda dengan istilah perjalanan (*Travel*), tidak semua perjalanan termasuk dalam rekreasi, tetapi tidak semua rekreasi termasuk dalam perjalanan wisata. Semua perjalanan wisata dilakukan pada waktu senggang tetapi tidak semua waktu senggang bisa dimanfaatkan untuk perjalanan wisata. Oleh karena itu definisi dari pariwisata adalah suatu perjalanan demi menyenangkan diri.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Menurut Pendit (2004) ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan dan kemampuan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan, dan adat istiadat masyarakat, cara hidup, kebudayaan dan kesenian mereka.
- b. Wisata Kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan sehari-hari mereka yang dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan Rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan memiliki tujuan untuk berolahraga meningkatkan kebugaran tubuh.
- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa menuju ke

suatu daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk peninjauan ataupun penelitian.

- f. Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai, laut, dan air terjun.
- g. Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen, biro, atau travel untuk mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan pengantin baru yang akan menikmati berbulan madu dengan fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

2. Karakteristik Pariwisata

Pariwisata dapat digolongkan pada Kawasan pariwisata alam, pantai (Bahari), dan budaya (Atmojo, 2007). Masing-masing daerah pariwisata memiliki potensi dan karakter yang berbeda-beda dengan daerah lain dan ada beberapa daerah yang memiliki karakter yang tegas baik sebagai daerah pariwisata alam, pantai, atau budaya, namun ada juga yang memiliki sifat gabungan seperti daerah pariwisata alam dengan pariwisata budaya.

Kawasan wisata alam lebih menonjolkan keindahan alam dengan dukungan kekayaan flora dan faunanya. Kawasan pariwisata alam seperti hutan yang memiliki banyak rekreasi petualangan yang lebih menantang, seperti pendakian, pemanjatan tebing, arung jeram, dan sebagainya. Karakteristik pariwisata alam ini adalah dekat dengan kehidupan flora dan fauna serta kehidupan sosial masyarakat sekitar.

Pariwisata pantai lebih menonjolkan keindahan pantai dengan dukungan fasilitas yang akan dinikmati oleh pengunjung baik dari keindahan pantai dan laut secara langsung atau tidak langsung. Pariwisata pantai banyak hal untuk dinikmati seperti menikmati sinar matahari sunset/sunrise, olahraga air seperti berselancar, dan menyelam. Karakteristik pariwisata pantai/bahari yang memiliki kaitan dengan ikan, kering, kapal, pemukiman nelayan dan sejenisnya.

Pariwisata budaya lebih menonjolkan peninggalan kekayaan budaya atau tradisi sebagai wahana wisata. Wisata budaya ini lebih menawarkan nilai-nilai rekreasi, relaksasi, kesenangan, dan kegembiraan yang memiliki nilai-nilai edukatif dan apresiatif. Pariwisata purbakala yang menawarkan objek peninggalan suatu daerah yang memiliki nilai sejarah. Karakteristik dari wisata budaya ini adalah

bentuk artefak budaya, arsitektur, peralatan, pakaian, alat produksi, alat transportasi, dan sebagainya.

3. Dampak Pariwisata

Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga hal tersebut membawa dampak terhadap masyarakat setempat. Kegiatan dilakukan mulai dari keberangkatan hingga di daerah tujuan di seluruh penjuru dunia. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi dorongan yang luar biasa sehingga membuat masyarakat setempat mengalami siklus kehidupan.

Dengan banyaknya permintaan berwisata dari wisatawan hal ini memberikan pengaruh pada destinasi wisata baik dari sisi positif maupun negatif. Hal tersebut muncul karena dalam pariwisata terdapat tiga elemen dasar yaitu:

- a. Elemen dinamis merupakan gerakan atau perjalanan menuju destinasi wisata
- b. Elemen statis yaitu kegiatan tinggal di tempat destinasi wisata
- c. Elemen konsekuensi yang muncul sebagai akibat dari kedua elemen diatas karena memiliki

perbedaan hubungan karakteristik wisatawan dengan destinasi wisata.

Dampak pariwisata menjadi perhatian yang serius bagi masyarakat karena sifat pariwisata yang dinamis dan melibatkan banyaknya kepentingan. Pariwisata dapat menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat secara ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan. Dampak pariwisata terhadap masyarakat dan daerah tujuan wisata yang banyak menjadi permasalahan yaitu dampak terhadap ekonomi, sosial-budaya serta terhadap lingkungan. Dinamika dalam pariwisata timbul oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Pengembangan dan peningkatan penggunaan perantara perjalanan seperti biro perjalanan wisata sehingga memudahkan wisatawan untuk melakukan perencanaan perjalanan.
- b. Pertumbuhan bauran pemasaran dalam menawarkan produk wisata sehingga peluang penjualan dan transaksi wisata semakin besar.
- c. Jumlah pemain di industri yang menjanjikan semakin banyak sehingga persainganpun semakin besar karena beberapa diantaranya menjalankan persaingan yang tidak sehat sehingga perlu ditegaskan kode etik pariwisata.

Dampak pariwisata terjadi akibat interaksi wisatawan dengan destinasi wisata. Elemen statis terjadi ketika wisatawan di destinasi wisata dimana kegiatannya tidak lepas dari faktor-faktor berikut.

- a. Lama Tinggal di Destinasi Wisata
- b. Jenis Aktivitas Wisatawan
- c. Tingkat Penggunaan
- d. Tingkat Kepuasan Wisatawan
- e. Karakteristik Sosial-Ekonomi

Adanya elemen dinamis dan statis membuat kepariwisataan memberikan konsekuensi. Adanya dampak yang dihasilkan dari kegiatan wisata membuat pariwisata disebut sebagai sebuah industri. Dampak yang umumnya menjadi sorotan adalah dampak pariwisata terhadap Ekonomi, Sosial Budaya, dan Lingkungan Fisik.

4. Manfaat Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu jenis kegiatan yang secara langsung maupun tidak langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga hal ini mendapatkan sifat timbal-balik antara masyarakat dengan wisatawan. Pariwisata memiliki kekuatan dan peluang yang sangat besar karena hal ini mampu membuat masyarakat setempat mengalami perubahan dalam berbagai aspek dalam kehidupan mereka untuk

dapat memanfaatkan sumber potensi yang ada di sekitar masyarakat. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata adalah salah satu strategi yang dipakai oleh masyarakat untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada wisatawan.

Manfaat pariwisata menurut Yoeti (1977), yaitu sebagai berikut:

a. Ekonomi

Manfaat pariwisata dari segi ekonomi adalah pariwisata dapat menghasilkan devisa yang besar bagi negara sehingga meningkatkan perekonomian negara.

b. Budaya

Manfaat budaya mulai berkembang di industri pariwisata sehingga hal ini akan membawa pemahaman dan pengertian antar budaya melalui suatu interaksi dari wisatawan dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut.

c. Lingkungan Hidup

Lingkungan hidup menjadi sebuah objek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan dengan cara tetap menjaga keberhasilannya sehingga kita menjadi terbiasa untuk menjaga dan

merawat lingkungan agar tetap terjaga kebersihannya dan melestarikannya.

d. Nilai Pergaulan dan Ilmu Pengetahuan

Nilai pergaulan akan memberikan dampak yang sangat positif karena timbul adanya interaksi dengan masyarakat lokal sehingga hal tersebut akan memberikan kesan yang positif karena memiliki teman dari berbagai negara. Kita juga dapat ilmu pengetahuan karena dengan mempelajari pariwisata dapat mengetahui letak dan keunggulan sebuah objek wisata tersebut bisa maju dan dapat menerapkan di daerah objek wisata daerah kita yang belum berkembang dengan baik.

e. Peluang dan Kesempatan Kerja

Pariwisata juga dapat menciptakan kesempatan kerja dari sarana-sarana pariwisata hotel dan perjalanan wisata dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai tempat kerja.

D. *Community Based Tourism (CBT)*

Definisi *Community Based Tourism* (Mualisin, 2007) adalah pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh Masyarakat guna membantu wisatawan meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang tata cara hidup Masyarakat lokal. *Community*

Based Tourism memiliki konsep yang berbeda dengan pariwisata massa. *Community Based Tourism* merupakan model pengembangan pariwisata yang berasumsi bahwa pariwisata harus berangkat dari kesadaran nilai-nilai kebutuhan masyarakat sebagai upaya membangun pariwisata yang lebih bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif dan peluang masyarakat lokal.

Selain hal di atas, hal lain yang berkaitan dengan *Community Based Tourism* adalah kriteria ukuran kesuksesan *Community Based Tourism* yang didapat sebagai berikut:

1. Melibatkan masyarakat luas
2. Manfaat dapat terdistribusikan secara merata pada semua Masyarakat
3. Manajemen pariwisata yang baik
4. Kemitraan yang kuat baik ke dalam maupun ke luar
5. Keunikan atraksi
6. Konservasi lingkungan tidak terabaikan

Agar pelaksanaan CBT berhasil, maka terdapat elemen-elemen yang harus diperhatikan yaitu:

1. Sumber daya alam dan budaya
 - a. Sumber daya alam terjaga dengan baik
 - b. Ekonomi lokal dan modal produksi tergantung dari keberlanjutan penggunaan sumber daya
 - c. Kebudayaan yang unik sebagai tujuan

2. Organisasi-organisasi Masyarakat

- a. Masyarakat berbagai kesadaran, norma dan ideologi
- b. Masyarakat memiliki tokoh yang dituakan dan dihormati yang mengerti akan tradisi lokal dan pengetahuan serta kebijakan setempat
- c. Masyarakat memiliki rasa saling dan ikut berpartisipasi dalam Pembangunan yang dilakukan oleh mereka sendiri

3. Manajemen

- a. Masyarakat memiliki aturan dan peraturan untuk lingkungan, budaya, dan manajemen pariwisata
- b. Organisasi lokal atau mekanisme yang ada untuk mengelola pariwisata dengan kemampuan untuk menghubungkan pariwisata dan pengembangan masyarakat
- c. Keuntungan didistribusikan secara adil bagi masyarakat
- d. Keuntungan dari pariwisata memberikan kontribusi terhadap Masyarakat untuk Pembangunan dan pengembangan ekonomi, sosial dan Masyarakat.

4. Pembelajaran (*learning*)

- a. Membina proses belajar bersama antara tuan rumah dan tamu
- b. Mendidik dan membangun pemahaman tentang budaya dan cara hidup yang beragam

- c. Meningkatkan kesadaran konservasi alam dan budaya di kalangan wisatawan dan masyarakat setempat.

E. Desa Wisata

Teori yang digunakan menggunakan acuan dari Teori Butler (1980), dikenal dengan nama *Tourism Area Life Cycle* (TALC). Teori ini menjelaskan mengenai tahapan dari suatu daerah tujuan wisata, yang dilengkapi dengan ciri- ciri dari masing-masing tahapan. Teori ini memiliki 7 tahapan dan memiliki ciri-ciri yang berbeda setiap tahapnya. Selanjutnya Teori Butler (1980) akan menjadi teori yang menjawab permasalahan penelitian

1. Teori – Teori Destinasi Wisata

Teori Christaller yang merupakan salah satu penulis paling awal dalam mempertimbangkan pengembangan destinasi pariwisata adalah Christaller yang merupakan seorang geografi dan perencanaan berkebangsaan Jerman. Christaller bekerja sebagai perencana selama era Hitler di Jerman, karyanya tidak dikenal di daerah yang menggunakan Bahasa Inggris sampai pasca Perang Dunia Kedua. Pada tahun 1963, sebuah artikel oleh Christaller diterbitkan yang isinya adalah ia menyarankan ada proses pembangunan berkelanjutan dari tempat destinasi pariwisata. Dia membahas bagaimana lokasi berkembang dari suatu

tempat, sebagai contohnya, wisatawan yang berkunjung kepada seorang pelukis, proses langkah demi langkah karena kebutuhan wisatawan maka seorang pelukis dapat menjadi kumpulan seniman (bersama rekan seprofesi). Kemudian berkembang dan mengumpulkan penyair, musisi, dan seni topeng, sehingga wisatawan mencari tempat destinasi wisata. Tempat ini bisa menjadi tempat yang *fashionable* dan bisa dipasarkan. Anggota masyarakat lokal pindah profesi sebagai penyedia akomodasi makanan, dan transportasi. Kelompok pelukis/seniman berkembang dan orang-orang yang tertarik dengan kepentingan secara komersial berusaha menjual untuk meningkatkan jumlah wisatawan.

Ide Christaller ini secara khusus memiliki pengaruh pada beberapa teori baru tentang perencanaan dan pengelolaan destinasi pariwisata. Ide-idenya tentang bagaimana daerah wisata dapat berkembang dari waktu ke waktu dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Destinasi pariwisata berkembang dan berubah dari waktu ke waktu;
- b. Ada berbagai jenis pengunjung pada waktu yang berbeda;
- c. Pengalaman pariwisata (produk pariwisata) berubah dari waktu ke waktu;

- d. Dampak pada destinasi pariwisata berubah dari waktu ke waktu;
- e. Keterlibatan penduduk setempat di destinasi pariwisata berubah dari waktu ke waktu;
- f. Siklus baru yang melibatkan tujuan pariwisata baru akan terjadi

Teori Plog yaitu peneliti berkebangsaan Amerika, Plog mengembangkan ide-ide tentang psikologi wisatawan dan diterbitkan pada tahun 1973. Plog (1973) kontribusi penting merupakan sebuah gagasan yang berjenis *allo* dan *pyscho-sentris* bagi wisatawan. Plog berpendapat bahwa ada jenis-jenis psikologis yang tidak suka lingkungan atau budaya asing, sehingga ketika mereka akan memilih tempat liburan mereka akan mencari tempat-tempat yang familiar hal ini disebut sebagai *psico-sentris*. Plog berpendapat bahwa ada kelompok-kelompok lain dalam masyarakat yang akan disiapkan untuk tujuan pariwisata beresiko yang jauh lebih tidak pasti keamanannya dan mereka secara aktif mencari tempat-tempat yang aneh atau asing dan ini disebutnya *allo-centris*. Plog menunjukkan bahwa orang-orang yang ia sebut *pyscho-sentris* tidak akan melakukan perjalanan jauh dari daerah lingkungan/daerah untuk mengambil liburan, sementara orang-orang yang disebut *allo-sentris* akan menempuh jarak jauh untuk lokasi asing.

Plog mengatakan mayoritas wisatawan yang tidak sepenuhnya *psycho-sentris* atau sepenuhnya *allo-sentris* dalam kaitannya dengan pilihan tujuan liburan mereka. Dalam hal teori, Sebagian besar wisatawan berada dekat dengan titik tengah antara ekstrim *psycho-sentris* dan *allo-sentris*. Namun demikian, Plog mengatakan dalam kaitannya dengan tujuan pariwisata mencari tempat-tempat yang familiar bagi mereka dan memilih untuk tidak melakukan perjalanan jarak jauh.

Teori Plog didasarkan pada studi warga New York. Implikasi utama untuk pengembangan adalah bahwa Sebagian besar wisatawan akan lebih memilih untuk melakukan perjalanan jarak pendek untuk liburan. Oleh karena itu, teori menunjukkan bahwa destinasi pariwisata di negara-negara maju dan dekat dengan daerah populasi besar kemungkinan akan dikembangkan dan tumbuh lebih cepat daripada mereka yang lebih jauh atau daerah terpencil. Oleh karena itu, hal ini akan memberikan kontribusi pada pertumbuhan pariwisata yang berdekatan dengan daerah tujuan pariwisata utama. Namun teori Plog yang dikembangkan dari penelitian empiris relative terbatas.

Teori Cohen, jika teori Plog berhubungan erat dengan psikologis wisatawan, maka Cohen (1972) terkait dengan perilaku wisatawan, Cohen

mengembangkan tipologi wisatawan memiliki empat klasifikasi sebagai berikut:

- a. Wisatawan massal yang terorganisir (*Organized Mass Touri*) merupakan wisatawan yang melakukan perjalanan bersama-sama dalam kelompok.
- b. Wisatawan massal individu (*Individual Mass Tourist*) kelompok ini menggunakan fasilitas yang sama dengan wisatawan massa yang terorganisir, tetapi membuat keputusan berdasarkan lebih individual tentang kegiatan wisata mereka
- c. Penjelajah (*Exploresrs*) wisatawan seperti ini akan mengatur sendiri perjalanan mereka menuju ke tempat-tempat terpencil atau bertemu dengan penduduk setempat, namun mereka masih cenderung menggunakan fasilitas wisatawan massa.
- d. Orang yang selalu pindah dari tempat satu ke tempat satu ke tempat lainnya (*Drifters*) yang selalu menghindari kontak dengan wisatawan lain dan terus berjalan kaki bersama penduduk setempat dan tinggal lebih lama bersama penduduk tetapi tidak menganggap dirinya sebagai wisatawan.

Hal ini dimungkinkan untuk menggabungkan ide-ide kunci Cohen dengan apa yang dikemukakan dari Plog. Dengan cara ini, Cohen mengatakan bahwa

mayoritas ‘wisatawan massal’ individu atau ‘wisatawan massal independen’ cenderung untuk menyesuaikan diri dengan apa yang dikategorikan Plog tentang wisatawan psycho-sentris. Pada saat itu kedua Plog dan Cohen sama-sama menulis awal 1970-an, cenderung menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dengan perencanaan destinasi pariwisata yang di negara-negara maju berkembang di dekat daerah inti/pembangkit pariwisata. Seperti sebagian besar wisatawan lebih memilih tempat-tempat yang familiar bagi mereka, teori kedua Plog dan Cohen juga menyatakan bahwa relatif sedikit akan bersentuhan dengan masyarakat yang lebih jauh dan budaya ‘yang berbeda’

Teori Doxy (1975) selama pertengahan 1970-an, ada kekhawatiran tentang dampak negatif di daerah tujuan pariwisata. Pada saat ini, Doxey mengusulkan apa yang disebut Indeks Iritasi, atau dalam bentuk yang singkat, apa yang dikenal sebagai Irridex. Doxey (1975) Irridex berhubungan antara wisatawan dengan penduduk lokal. Gagasan utama di Doxey yang Irridex adalah berhubungan antara wisatawan dan penduduk lokal dari waktu ke waktu, karena jumlah wisatawan meningkat, maka perselisihan yang lebih besar dari penduduk setempat terhadap wisatawan akan muncul.

Proses dimana ini terjadi diringkas dalam Teori Doxey Irritation Index seperti gambar berikut:

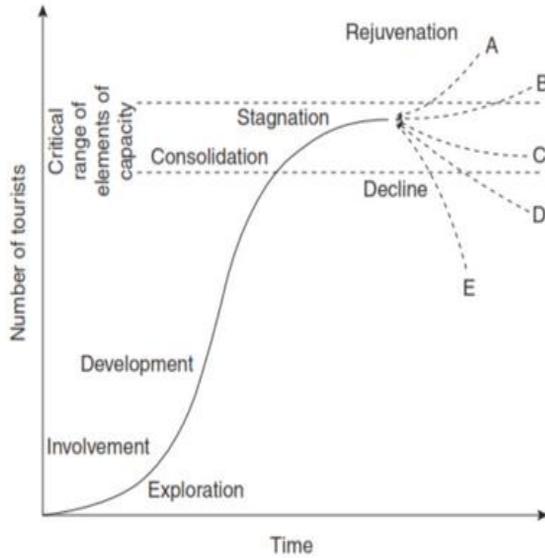
<i>Euphoria</i>	Pengunjung diterima dengan baik dengan sedikit perencanaan kegiatan
<i>Apathy</i>	Pengunjung diterima begitu saja dan terjadi interaksi menjadi lebih formal
<i>Annoyance</i>	Kegelisahan masyarakat lokal karena masyarakat setempat merasa terganggu dan was-was
<i>Antagonism</i>	Ekspresi permusuhan antara wisatawan dan masyarakat lokal

Tabel 1.1.1 : Doxey's Irritation Index

Teori Doxey yang dibangun di atas premis bahwa daerah tujuan pariwisata akan berkembang dan tumbuh selama periode waktu tertentu. Namun, implikasi penting dari teori Doxey adalah bahwa daerah tujuan pariwisata mungkin tidak memiliki kemampuan untuk tumbuh tanpa ada perencanaan dengan baik. Doxey di Irridex menunjukkan bahwa, dari waktu ke waktu, sebagai penduduk setempat menjadi lebih bermusuhan dengan pengunjung, maka jumlah pengunjung tidak akan terus tumbuh pada tingkat yang sama seperti sebelumnya dan benar-benar bisa menurun. Meskipun dianggap pada saat itu sebagai

hal yang penting dan masih dilihat sebagai tambahan pemahaman kita tentang interaksi antara wisatawan dan daerah tujuan wisata, Doxey yang Irridex tidak didasarkan pada penelitian empiris rinci, tetapi kebanyakan berdasar spekulasi.

Teori Butler dibangun atas ide-ide Christaller, Plog, Cohendan Doxey. Model Butler muncul pada tahun 1980 dania tidak hanya mengakui bahwa ide-ide yang terkait sebelumnya, namun ia juga menunjukkan bahwa mereka didasarkan pada konsep bisni/pemasaran *product life cycle* atau daur hidup sebuah produk yaitu destinasi pariwisata. *Product life cycle* atau daur hidup sebuah produk destinasi pariwisata adalah teori di mana penjualan produk baru terlihat perlahan-lahan tumbuh dan kemudian mengalami pertumbuhan yang cepat, sebelum stabil dan menurun.ketika diterapkan ke daerah tujuan pariwisata, model menunjukkan bahwa resort berkembang dan berubah dari waktu ke waktu dan ada beberapa tahap terkait: eskplorasi; keterlibatan; pembangunan; konsolidasi (ditampilkan dalam bentuk grafik pada Gambar berikut). Selama tahap ini industri pariwisata berkembang dan tujuannya adalah mengalami peningkatan jumlah wisatawan.



Gambar 1.3: *Product Life Cyle* (Adapted From Butler, 1980)

Gambar 1.3 tersebut menunjukkan lebih lanjut terkait dengan proses yang akan terjadi selama setiap tahap model butler. Setelah tahap konsolidasi ada sejumlah kemungkinan. Daerah tujuan pariwisata bisa saja Stagnan, tanpa kenaikan atau penurunan angka itu bisa penurunan ataupun pengembangan yang akan terjadi di suatu daerah pariwisata tersebut.

Tabel 1.1.2 : Tahapan Pengembangan Resor

TAHAPAN	KARAKTERISTIK
<i>Exploration</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Beberapa wisatawan petualang, mengunjungi situs tanpa tanpa fasilitas umum2. Pengunjung tertarik ke resor dengan fitur fisik alami3. Tipe jenis pengunjung tertentu yang selektif terhadap daya tarik wisata
<i>Involvement</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Terbatasnya interaksi antara penduduk lokal dan industri pariwisata yang berkembang terhadap penyediaan layanan dasar2. Peningkatan iklan terhadap pola variasi musiman3. Memahami pasar wisatawan yaang mulai tumbuh
<i>Development</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Pengembangan fasilitas wisata tambahan dan peningkatan upaya promosi2. Melakukan kontrol lebih besar dari kedatangan wisatawan oleh orang pihak luar

	<p>3. Jumlah wisatawan pada periode puncak jauh melebihi ukuran penduduk, mendorong meningkatnya antagonisme (kejengkelan) masyarakat</p>
<i>Consolidation</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pariwisata telah menjadi bagian utama ekonomi lokal, namun tingkat pertumbuhannya mulai mereda 2. Sebuah distrik bisnis yang telah digambarkan dengan baik telah terbentuk 3. Beberapa fasilitas memburuk yang lebih tua dianggap sebagai tingkat kedua
<i>Stagnation</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha lokal dilakukan untuk memperpanjang musim liburan 2. Meraih puncak jumlah wisatawan dan tingkat kapasitas yang maksimal 3. Resor ini memiliki citra mapan, namun tidak lagi bisa dikembangkan

	4. Stok akomodasi berangsur-angsur terkikis namun tingkat perputaran properti tinggi
<i>Post-Stagnation</i>	1. Lima kemungkinan, mencerminkan berbagai pilihan yang mungkin diikuti, tergantung sebagian keberhasilan keputusan manajemen kepala daerah. Pada ekstrim kedua adalah pertumbuhan dan menurun

Secara Geografi Jerman Christaller menyarankan proses perencanaan kantong-kantong pariwisata dapat berkembang. Plog menyelidiki make up psikologis wisatawan dan efek pilihan daerah tujuan pariwisata mereka dan pola perjalanannya, sementara Cohen menciptakan tipologi wisatawan. Doxey dianggap reaksi kemungkinan populasi daerah untuk kenaikan angka pariwisata dari waktu ke waktu.

Teori yang paling penting dalam pariwisata memberikan kontribusi untuk perencanaan dan manajemen adalah Butler. Butler menyarankan model di mana daerah tujuan pariwisata berkembang dari waktu ke waktu. Butler mengklaim bahwa ada sejumlah proses yang berkontribusi dalam melakukan

pengembangan pariwisata. Butler juga berpendapat bahwa resort berkembangnya pada tahap tertentu dari waktu ke waktu karena proses dan tahap pertumbuhan yang berlaku untuk semua daerah tujuan pariwisata, meskipun aplikasi dari modelnya tidak selalu menemukan bukti pendukung yang sesuai. Pentingnya model Butler tentang perencanaan pariwisata adalah bahwa dia menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata (DTW) cenderung mengalami penurunan kecuali ada Tindakan perbaikan atau inovasi wisata yang diambil

2. Pengertian Desa Wisata

Desa Wisata merupakan bentuk kesatuan antara akomodasi, atraksi dan fasilitas sebagai pendukung yang akan disajikan dalam suatu struktur dalam kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara ataupun tradisi yang berlaku. Adapun unsur ada dalam desa wisata adalah harus memiliki potensi wisata, seni dan budaya yang khas di tempat desa wisata, keamanan, ketertiban, infrastruktur kebersihan dan lain-lain di tempat wisata. Pijakan dasar dalam pengembangan desa wisata merupakan pemahaman akan terhadap karakter dan kemampuan dasar dalam unsur-unsur yang ada dalam desa wisata antara lain: lingkungan alam, social, budaya, ekonomimasyarakat,

struktur, tata ruang, dan aspek historis yang harus ada dalam desa wisata tersebut.

3. Peran Bumdes Dalam Desa Wisata

Desa merupakan ujung tombak pemberi layanan terhadap masyarakat, oleh sebab itu desa dan bumdes memiliki hubungan yang kuat. Bumdes ini diharapkan mampu menjadi wadah utama bagi perekonomian masyarakat di pedesaan. Dengan demikian potensi desa wisata dapat dijadikan sebagai suatu upaya untuk meningkatkan sektor perekonomian melalui bumdes. BUMDes juga harus bergerak beriringan dengan desa wisata sehingga dapat meningkatkan pendapatan desa.

Keberadaan BUMDes harus dapat mendukung demokrasi sosial yang ada pada desa wisata melalui peningkatan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pengelolaan BUMDes. Selain itu, untuk memperkuat kegiatan ekonomi yang ada di desa wisata tersebut, pemerintah desa juga harus ikut berpartisipasi dengan memberikan pemikiran-pemikiran yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan mampu mengembangkan perekonomian daerah yang dibutuhkan. (Luki Natika, 2023)

BUMDes memiliki untuk berperan strategis dalam meningkatkan perekonomian desa. Peran BUMDes

ditinjau dari peran pemerintah maupun swasta dalam pengembangan desa wisata yang menyangkut tiga hal yaitu:

- a. Penyadaran (*conscientization*)
- b. Pengorganisasian masyarakat (*community organizing*)
- c. Penghantar sumber daya manusia (*resources delivery*)

F. Digitalisasi Desa Wisata

Potensi desa wisata dapat untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang mampu untuk menolong perekonomian masyarakat dan dapat dilihat saat ini masyarakat juga mulai menyadari adanya pengaruh besar dalam meningkatkan ekonomi dalam sektor pariwisata dengan cara memanfaatkan informasi dan teknologi yang sudah tersebar secara luas. Dalam hal ini sangat dibutuhkan promosi yang lebih aktif dan efektif tidak hanya melalui mulut ke mulut tetapi melakukan promosi melalui media online, dan SDM yang mampu mengelola promosi sesuai kemampuan dan keahliannya sehingga mampu mengembangkan desa wisata menjadi digitalisasi desa wisata. (Marni Astuti, 2021)

Transformasi digital menjadi sebuah terobosan dalam pasar industri khususnya pada sektor pariwisata yang dapat menjadi peluang yang sangat besar. Dalam menghadapi

Era 4.0. maka hal tersebut memiliki banyak manfaat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan disaat ingin berwisata. Digitalisasi wisata dianggap dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan dapat mengurangi biaya bagi pihak penyelenggara, pengelola, maupun wisatawan. Sehingga dapat dilihat digitalisasi desa wisata ini merupakan strategi penting dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa wisata.

Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) yang sudah relevan pada semua tingkat operasional, structural, strategi dan pemasaran untuk mendukung interaksi global antara produsen, perantara, dan konsumen di seluruh dunia. Melalui perkembangan TIK, calon wistawan dapat dengan mandiri mencari tahu tentang lokasi yang ingin mereka kunjungi beserta dengan kondisi kehidupan lokalnya (Watkins, Ziyadin, Imatayeva, Kurmangalieva & Blembayeva, 2018) dalam (Ais Tsurayya Mumtaz, 2021). Contoh pemanfaatan TIK pada bidang pariwisata menurut Ismiyati 2010, diantaranya yaitu:

1. Pengembangan Destinasi Wisata adanya perkembangan TIK memunculkan penggunaan teknologi global positioning system (GPS).
2. Pemasaran Wisata TIK memungkinkan pemasaran modern yang memungkinkan produsen wisata untuk mendorong kemitraan dan prospek bisnis melalui email, SMS, business to business, serta memudahkan untuk mengakses informasi wisata dari manapun.
3. Biro Perjalanan Wisata pemanfaatan TIK memungkinkan biro perjalanan wisata untuk menawarkan paket wisata dalam bentuk e-brochure dan menawarkan reservasi perjalanan secara *online*.

G. Pengembangan Desa Wisata

1. Prinsip Dasar Pengembangan Desa Wisata

- a. Pengembangan fasilitas-fasilitas wisata dalam skala yang kecil beserta pelayanan di dalam atau dekat dengan desa
- b. Fasilitas-fasilitas dan pelayanan tersebut dimiliki dan di kerjakan oleh penduduk desa, salah satu bisa bekerja sama atau individu yang dimiliki
- c. Pengembangan desa wisata didasarkan pada salah satu sifat budaya tradisional yang lekat pada suatu desa atau sifat atraksi yang dekat dengan alam dengan pengembangan bagi wisatawan yang

menunjungi kedua atraksi tersebut (Arnita, Marini, Marina, 2023).

2. Tujuan Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu produk wisata alternatif guna untuk dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan. Menurut Sastrayuda (2010), tujuan pengembangan desa wisata adalah

- a. Dapat mengenali jenis-jenis wisata yang sesuai dan dapat melengkapi gaya hidup yang disukai oleh penduduk setempat atau masyarakat lokal,
- b. Memberdayakan masyarakat setempat untuk dapat bertanggung jawab terhadap perencanaan dan pengelolaan lingkungannya untuk dapat dikembangkan,
- c. Mengupayakan agar masyarakat setempat dapat berperan aktif dalam pembuatan keputusan dalam pariwisata yang dapat dimanfaatkan kawasan lingkungannya, dan agar mereka dapat memperoleh pendapatan dari kegiatan pariwisata dan memajukan perekonomian masyarakat,
- d. Mendorong kewirausahaan masyarakat setempat, dan
- e. Mengembangkan produk wisata pedesaan.

3. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata

Pengelolaan pariwisata di Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) memerlukan peran masyarakat sehingga dapat mengembangkan pariwisata dan dapat membangun kesejahteraan masyarakat melalui Kerjasama dan keikutsertaan seluruh masyarakat desa untuk dapat memajukan potensi desa menjadi daerah pariwisata atau membangun tempat wisata. Dalam pengembangan desa wisata perlu adanya perencanaan yang matang agar desa tersebut dapat menjadi salah satu objek wisata sehingga dapat menjadi sebuah kenangan yang berkesan bagi wisatawan. Untuk melakukan pengembangan desa wisata diperlukan adanya kontribusi yang lebih aktif dari masyarakat sebagai sasaran pembangunan pariwisata untuk dapat mengelola SDM dan SDA yang lebih baik. Pendekatan pembangunan pariwisata yang tepat adalah pendekatan *Community Based Tourism (CBT)*.

CBT merupakan model manajemen pariwisata yang dikelola oleh masyarakat setempat dengan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan budaya dan dapat memanfaatkan dampak positif yang diberikan baik untuk segi perekonomian masyarakat atau lapangan pekerjaan. Hanya saja dampak negatif yang diberikan dari pariwisata terutama dari wisata alam memberikan dampak

negative yang sangat banyak mulai dari banyaknya pengunjung yang datang menimbulkan masalah baru yang dapat menghambat pengembangan pariwisata karena banyaknya pembiayaan yang harus dikeluarkan dalam melakukan perawatan ataupun perbaikan sarana dan prasarana yang dapat mendukung pariwisata tersebut oleh karena itu diperlukannya keterlibatan masyarakat sebagai pengawas dalam aktivitas wisata untuk dapat mengurangi dampak negatif yang diberikan.

CBT memiliki beberapa prinsip dalam pengelolaan pariwisata (Suansri, 2003: 12). *Pertama*, pengelolaan pariwisata membutuhkan keterlibatan anggota ke dalam setiap aktivitas pariwisata. *Kedua*, masyarakat atau wisatawan mampu secara sadar menjaga kondisi lingkungan hidup di sekitar. *Ketiga*, Pariwisata mampu untuk mempertahankan dan menjalankan prinsip untuk kelestarian budaya dan tradisi. *Keempat*, pariwisata akan mengalami kesejahteraan masyarakat jika pengelolaan wisata dapat memenuhi prinsip pemerataan pendapatan. Sehingga pendekatan pengembangan desa wisata ini memiliki tujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara memanfaatkan masyarakat sekitar untuk dapat lebih aktif dalam melakukan pengembangan dan mampu untuk melihat dampak jangka panjang terhadap

lingkungan ODTW ataupun masyarakat di sekitar kawasan wisata. Ada dua pendekatan dalam mengembangkan sebuah desa menjadi desa wisata, yaitu:

a. Pendekatan Pasar

Pada pendekatan pasar ada tiga jenis interaksi, yaitu:

1) Interaksi Tidak Langsung

Model pengembangan ini didekati dengan cara desa dapat memanfaatkan tanpa interaksi langsung dengan wisatawan seperti melakukan kegiatan penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, seni dan budaya, lokal, arsitektur tradisional, sejarah, dll.

2) Interaksi Setengah Langsung

Bentuk one day trip ini dilakukan oleh wisatawan bersama penduduk dan kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya. Prinsip ini menjelaskan bahwa wisatawan hanya singgah dan tidak tinggal bersama dengan penduduk.

3) Interaksi Langsung

Wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Dampak yang

terjadi dapat dikontrol dengan beberapa pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat setempat atau penggabungan dari model pertama dan kedua.

b. Pendekatan Fisik

Pendekatan merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan standar-standar khusus dalam mengontrol perkembangan aktivitas konservasi.

- 1) Mengkonservasi sejumlah rumah yang memiliki potensi atau nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah tinggal menjadi sebuah museum desa untuk menghasilkan biaya untuk perawatan dari rumah tersebut.
- 2) Mengkonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan dapat mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata.
- 3) Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi di dalam wilayah desa yang dioperasikan oleh penduduk desa sebagai industri skala kecil.

Kemudian, menurut Baiquni (2005) dalam Antara & Arida (2015), menyatakan bahwa terdapat lima

aspek dan pendekatan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu desa wisata yaitu:

a. *Holistic Approach*

Pendekatan ini lebih menyeluruh dalam dimensi pembangunan atau secara holistic, hal ini dilakukan untuk mengintegrasikan berbagai elemen atau sektor pembangunan secara terpadu, sehingga perumusan masalah dan pemecahannya di selenggarakan secara kolektif dan partisipatif dengan menggunakan metode system thinking untuk membuka pemahaman dan melakukan suatu inovasi dalam merumuskan konteks kebijakan dan pengembangan yang tepat.

b. *Participatory Learning*

Pendampingan dalam melakukan pengembangan kapasitas lokal secara partisipatif dengan cara menggali bersama kebutuhan dan merumuskan prioritas penanganan dalam proses belajar bersama.

c. *Empowerment of management*

Proses pembelajaran partisipatif mencakup individual dan institusional dari manajemen kelembagaan yang terus membangun pencerahan dan pemberdayaan akan memberikan perbaikan kinerja dalam pengembangan desa wisata.

d. Action Research

Manifestasi aparatur yang tercerahkan dan kelembagaan yang mandiri akan teruji bila telah melakukan Tindakan nyata dan bermanfaat bagi lingkungan

e. *Sinergy and Network*

Pendekatan yang penting dalam peningkatan kapasitas kelembagaan dengan cara kesediaan untuk membuka jaringan dan bekerja secara jejaring dengan komponen kelembagaan, baik yang ada lingkungan pemerintah eksekutif, legislative, dan yudikatif, maupun Lembaga masyarakat dan bisnis.

4. Penggalian Potensi Desa Wisata

Dalam Antara & Arida (2015), dinyatakan bahwa objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung ke tempat wisata tersebut. Objek wisata sendiri memiliki daya tarik tersendiri baik berupa potensi alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau potensi budaya seperti adat-istiadat, museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain, serta potensi buatan manusia.

Desa menawarkan suasana pedesaan yang dikembangkan untuk mengantisipasi perkembangan

pasar/wisatawan dengan perkembangan motivasi, ekspektasi, dan preferensi pasar yang semakin kompleks dan peka terhadap pelestarian alam, budaya, serta golongan minoritas. Konsep penggalan produk desa wisata semestinya didasarkan pada pengembangan interaksi sosial budaya dari manusia ke manusia dan dari manusia ke lingkungan sehingga dari interaksi tersebut bertujuan untuk mencapai keutuhan pengalaman tidak hanya bagi wisatawan melainkan juga masyarakat setempat dalam meningkatkan kualitas hidup. Konsep penggalan produk desa wisata berdasarkan pada pengembangan interaksi budaya dari manusia ke manusia dan dari manusia ke lingkungan bertujuan untuk mencapai keutuhan pengalaman budaya bagi wisatawan dan masyarakat setempat.

5. Strategi Pengembangan Desa Wisata

Strategi pengembangan desa wisata melalui pengembangan destinasi pariwisata yang memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling terikat dan melengkapi terwujudnya pariwisata yang maju dengan melakukan 3A (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas), SDM, Masyarakat dan Industri (SMI), dan Branding, Advertising, and Seiling (BAS), Sebagai berikut:

a. Atraksi, Advertising, dan Amenitas (3A)

1) Atraksi

Atraksi atau yang biasa disebut daya tarik merupakan sebuah asset-aset yang dapat menarik wisatawan domestic ataupun internasional. Daya tarik memberikan sebuah motivasi awal bagi para wisatawan untuk dapat mengunjungi sebuah destinasi. Daya tarik dibagi menjadi tiga kategori yaitu:

a) Alam (*Nature*)

Keindahan bentang alam dan pemandangan, flora dan fauna, cuaca, aktivitas seperti menjelajah alam, bersepeda gunung, menunggang kuda, memanjat tebing, menyelam dan snorkeling, geopark, berkunjung ke taman nasional, wisata pesisir pantai, dll.

b) Budaya (*Culture*)

Sejarah, seni dan kerajinan, acara dan pertunjukan, masyarakat lokal, masakan, dan aktivitas seperti menghadiri festival, upacara adat,, belajar tarian, sejarah warisan budaya.

c) Kreatif

Mengkombinasikan beberapa katategori untuk menunjukkan bahwa desa

wisata bisa menjadi desa wisata kreatif dengan mengombinasikan budaya membatik di desa dengan potensi alam sehingga dapat menawarkan atraksi pemuatan pewarnaan alam dan kemudian digabungkan dengan budaya pembuatan batik dapat menjadi atraksi yang menarik bagi wisatawan.

2) Aksesibilitas

Desa wisata harus dapat dijangkau tersedianya sarana, prasarana dan sistem transportasi yang memudahkan wisatawan dan menuju ke destinasi desa wisata, baik jalur laut, darat dan udara. Wisatawan juga harus dapat bepergian dengan mudah di sekitar destinasi pariwisata.

3) Amenitas

Kelengkapan sarana, prasarana, peralatan, dan amenitas yang mendukung aktivitas dan layanan wisatawan. Hal ini meliputi infrastruktur dasar seperti layanan umum, transportasi publik dan jalan, layanan langsung bagi wisatawan seperti informasi, rekreasi, pemandu wisata, operator wisata, catering, dan fasilitas belanja.

b. SDM, Masyarakat, dan Industri (SMI)

1) SDM

Sumber Daya Manusia yang bekerja dan terlibat langsung dalam pengembangan desa wisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pariwisata bersifat padat karya, tenaga kerja sektor pariwisata yang terlatih sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.

2) Masyarakat

Masyarakat di sekitar desa wisata dapat terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Masyarakat terlibat aktif seluas-luasnya bersama pemangku kepentingan seperti pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata karena masyarakat harus memiliki kesadaran dan memahami gerakan sadar wisata dan sapta pesona untuk mengembangkan potensi desa.

3) Industri

Berbagai usaha, terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang atau jasa bagi wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Desa wisata diharapkan industri dikelola langsung oleh masyarakat, antara lain penyediaan usaha rumah makan, penyedia jasa

transportasi wisata, penyedia perjalanan wisata, penerjemah, pemandu, dan lain-lain.

c. *Branding, Advertising, Seiling (BAS)*

1) *Branding*

Pembuatan slogan/tagline desa wisata sesuai dengan karakteristik dan konsep desa wisata yang ingin dibentuk sebagai ciri khas dari desa wisata yang dapat mudah diingat oleh wisatawan.

2) *Advertising*

Promosi desa wisata kepada wisatawan, baik menggunakan media cetak ataupun online untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata.

3) *Seiling (Misi Penjualan)*

Dapat dilakukan dengan mengikuti event seperti travel fair, bazaar, pameran dengan menawarkan atraksi dan produk wisata yang ada di desa wisata.

Para era digital saat ini desa wisata dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi desa wisata melalui:

- a. Penggunaan media sosial sebagai media promosi seperti *Facebook, Instagram, dan Youtube*
- b. Menentukan segmentasi wisatawan yang ingin dituju, umumnya berdasarkan umur, dan asal

wisatawan. Segmentasi ini akan menentukan cara berpromosi,

- c. Penggunaan media gambar dan video yang menarik
- d. Penggunaan bahasa yang persuasif atau menarik minat pembaca untuk membaca lebih jauh.
- e. Pada segi penjualan, digitalisasi dapat dimanfaatkan dengan mendaftarkan atraksi desa wisata ke dalam website marketplace atau website yang menjual atraksi wisata seperti Traveloka, Agoda, ITX dan lain-lain.
- f. Membuat website desa wisata dapat memberikan manfaat untuk menuliskan secara lengkap tentang desa wisata.

BAB II

DESA WISATA BERBASIS POTENSI ALAM

A. Desa Wisata Berbasis Alam

Wisata alam adalah destinasi wisata yang memanfaatkan Sumber Daya Alam atau SDA. Hal ini juga menjadi tempat wisata favorit mayoritas masyarakat karena Sebagian besar kekayaan terbesar Indonesia berupa keindahan alamnya. Menurut PP Nomor 36 Tahun 2010, wisata alam adalah kegiatan perjalanan dari kegiatan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk mampu menikmati keunikan dan keindahan alam seperti dikawasan suka margasatwa, taman nasional, taman hutan, taman wisata alam, dan air terjun.

Desa wisata merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan potensi alam sebagai daya tarik. Hal ini juga menjadi tempat favorit wisatawan karena mampu menyeimbangkan hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat. Dalam melakukan kegiatan wisata alam, kita harus mampu menjaga dan melestarikan alam sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi dan dapat mempertahankan keutuhan budaya masyarakat.

B. Eksplorasi Potensi Alam Desa Wisata

Wisata alam menjadi salah satu tempat favorit bagi para wisatawan yang memiliki beberapa keindahan alam

baik berupa dari alam yang memanjakan mata, dan memiliki keindahan alam air terjun, terowongan dan dapat dilihat dari beberapa desa wisata alam di bawah ini

1. Desa Wisata Tete Batu

Salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Lombok Timur yang saat ini sudah mulai berkembang adalah desa wisata yang ada di Tetebatu Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. Dimana Desa Tetebatu ini juga salah satu dari 99 Desa wisata yang masuk dalam SK Gubernur 2019. Desa wisata yang ada di Desa Tetebatu ini menawarkan beberapa keindahan alam yang masih asri dan alami sebagai daya tarik utama dalam wisatawan yang akan berkunjung. Di area Tetebatu banyak sekali terdapat objek wisata alam maupun alami yang ditemui, salah satunya itu adalah air terjun ulem-ulem, air sarang burung wallet, air terjun jeruk manis dan masih banyak lagi. Bukan cuman air terjun saja yang ada di Desa Tetebatu akan tetapi terdapat beberapa paket wisata edukasi juga yang ada di Desa Tetebatu seperti kampung inggris, kampung buah dan lain sebagainya.

Desa Tetebatu merupakan desa yang masih dalam tahapan proses pengembangan desa wisata untuk menuju perubahan yang cukup besar kearah yang lebih baik lagi, namun masih banyak pekerjaan yang harus diselesaikan ataupun dilakukan jika ingin mendapatkan

suatu perubahan tersebut, seperti kelengkapan fasilitas di area desa wisata yang ada di Desa Tete Batu, sumber daya manusia yang profesional dalam mengelola desa wisata, dan yang terpenting campur tangan pemerintah desa maupun pemerintah kab dalam upaya pengembangan dan promosi di desa wisata yang ada di Desa Tete Batu. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam pengembangan dan promosi yang ada di desa wisata Tete Batu. Dalam pelaksanaan proses strategi yang paling mendasar adalah adanya kerjasama dengan lembaga pemerintahan ataupun non pemerintahan.

Desa Tete Batu memiliki beberapa potensi wisata yang bisa dikembangkan lebih jauh lagi, dalam proses pengembangan kawasan desa wisata yang ada di Desa Tete Batu harus mempunyai konsep pengembangan yang baik, dikarenakan sangat diperlukan kedepannya. Analisis potensi berdasarkan aspek atau kriteria desa wisata menunjukkan bahwa dari semua objek wisata di Desa Tete Batu berpotensi untuk dikembangkan lebih baik lagi agar menjadi salah satu desa wisata terbaik di Kabupaten Lombok Timur ataupun di Provinsi.

Desa Tete Batu mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun wisata alam, buatan, budaya yang dapat dikelola ataupun dikembangkan seperti: Wisata air, UMKM bambu ekonomi kreatif dan kopi

ataupun *home stay* yang ada di Desa Tete Batu. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Tete Batu menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Tete Batu, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Tete Batu.

Tabel 2.1.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>	
S1	Cukup Banyak Potensi Alam yang dimiliki	W1	Pengelolaan Wisata Masih Belum Maksimal
S2	Memiliki Objek Wista Go Internasional	W2	Kurangnya Sarana dan Prasarana di Tempat Wisata
S3	Bumdes Melakukan Suntikan Dana ke Wisata	W3	Akses Jalan ke Tempat Wisata Kurang Bagus
S4	Akses Jalan yang Cukup Bagus dan Lingkungan yang Cukup Bersih	W4	Kurangnya Lahan Parkir di Tempat Wisata
S5	Memiliki Produk UMKM Bambu Ekraf dan Kopi	W5	Tempat Wisata Belum Tertata Dengan Rapi
S6	Cukup Banyak Tempat Penginapan Yang Disediakan	W6	Kurangnya Kesadaran Masyarakat Dalam Mengembangkan Wisata di Tete Batu
S7	Adanya Paket Wisata	W7	Prasarana yang Disediakan Tidak Bersih
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>	

O1	Suasana Pedesaan yang Alami dan Sebagian Besar dimanfaatkan Sebagai Lahan Pertanian	T1	Partisipasi Masyarakat Dalam Menjaga Objek Wisata Masih Kurang
O2	Memiliki Banyak Potensi yang Dapat Dikembangkan	T2	Adanya Persaingan Destinasi Wisata
O3	Memanfaatkan Masyarakat Sebagai Tour Guide	T3	Kurang Pedulinya Masyarakat Terkait Pengembangan Wisata Lembah Rinjani
O4	Memiliki UMKM yang Dapat Memperbaiki Ekonomi Masyarakat	T4	Potensi Bencana Alam, Seperti Banjir , Longsor di Tempat Wisata
O5	Adanya Kerja Sama Antar Desa	T5	Sampah Masih Menyumbat Air Sungai di Wisata Lembah Rinjani
O6	Selalu Mengadakan Event	T6	Harga Tempat Penginapan Relatif Cukup Tinggi
O7	Sering Kali Dijadikan Sebagai Tempat Edukasi Bagi Wisatawan Asing Maupun Lokal	T7	Masuknya Budaya Asing di Desa Tete Batu

Hasil Analisis SWOT melalui tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.1.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cukup banyak potensi alam yang dimiliki 2. Memiliki objek wisata go internasional 3. Bumdes melakukan suntikan dana ke wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan wisata masih belum maksimal 2. Kurangnya sarana dan prasarana di tempat wisata

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 4. Akses jalan yang cukup bagus dan lingkungan yang cukup bersih 5. Memiliki produk UMKM bambu ekraf dan kopi 6. Cukup banyak tempat penginapan yang disediakan 7. Adanya paket wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Akses jalan ke tempat wisata kurang bagus 4. Kurangnya lahan parkir di tempat wisata 5. Tempat wisata belum tertata dengan rapi 6. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan wisata di tetebatu 7. Prasarana yang disediakan tidak bersih
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana pedesaan yang masih alami dan pertanian yang sangat bagus 2. Mamiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan 3. Memanfaatkan masyarakat sebagai tour guide 4. Memiliki UMKM yang dapat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memanfaatkan dalam mengembangkan potensi dari sumber daya alam yang dimiliki 2. Banyaknya penginapan yang disediakan sehingga masyarakat tetebatu akan tour guide untuk berwisata 3. Paket wisata yang disediakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan mengadakan pelatihan dalam pengelolaan pariwisata 2. Memanfaatkan suntikan dana dari bumdes untuk memperbaiki sarana dan prasaran di wisata tetebatu

<p>memperbaiki ekonomi masyarakat</p> <p>5. Adanya kerja sama antar desa untuk tempat wisata</p> <p>6. Selalu mengadakan event</p> <p>7. Sering kali dijadikan sebagai tempat edukasi bagi wisatawan asing maupun lokal</p>	<p>menjadi lebih menarik dan dapat memberikan dampak positif bagi wisatawan</p> <p>4. Adanya kontribusi bumdes dalam pengembangan wisata sehingga kerjasama antar desa akan lebih sempurna</p>	
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Partisipasi masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang</p> <p>2. Adanya persaingan destinasi wisata</p> <p>3. kurang pedulinya masyarakat terkait pengembangan wisata lembah rinjani</p> <p>4. potensi bencana alam, seperti banjir,</p>	<p>1. Adanya perbedaan yang menjadikan desa tetebatu lebih unik dalam pariwisata</p> <p>2. Dapat meminimalisir potensi bencana alam dengan cara reboisasi</p> <p>3. Lebih mementingkan kinerja masyarakat dalam mengembangkan wisata</p>	<p>1. Dapat memanfaatkan potensi alam yang sudah go internasional</p> <p>2. Memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam pengembangan pariwisata</p>

longsor di tempat wisata 5. sampah masih menyumbat air sungai di wisata lembah rinjani 6. harga tempat penginapan mahal 7. masuknya budaya asing di desa tetebatu		
--	--	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 2.1.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Cukup banyak potensi alam yang dimiliki	0.18	4	0.72
Memiliki objek wista yang go internasional	0.19	4	0.76
Bumdes melakukan suntikan dana ke wisata	0.17	4	0.68
Akses jalan yang cukup bagus dan lingkungan yang cukup bersih	0.18	4	0.72
Memiliki produk UMKM bambu ekraf dan kopi	0.17	4	0.68

Cukup banyak tempat penginapan yang disediakan	0.18	4	0.72
Adanya paket wisata	0.19	4	0.76
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.26		5.04
Weakness (Kelemahan)			
Pengelolaan wisata masih belum maksimal	0.12	3	0.36
Kurangnya sarana dan prasarana di tempat wisata	0.15	4	0.6
Akses jalan ke tempat wisata kurang bagus	0.14	3	0.42
Kurangnya lahan parkir di tempat wisata	0.14	3	0.42
Tempat wisata belum tertata dengan rapi	0.11	3	0.33
Kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan wisata di Tete Batu	0.13	3	0.39
Prasarana yang disediakan tidak bersih	0.14	3	0.42
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	0.93		2.94
S-W=X	2.1		

Tabel 2.1.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Ratin g	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Opportunity (Peluang)			
Suasana pedesaan yang alami dan sebagian besar	0.18	4	0.72

dimanfaatkan sebagai lahan pertanian			
Memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan	0.19	4	0.76
Memanfaatkan masyarakat sebagai tour guide	0.18	3	0.54
memiliki UMKM yang dapat memperbaiki ekonomi masyarakat	0.17	3	0.51
Adanya kerja sama antar desa	0.17	4	0.68
Selalu mengadakan event	0.18	4	0.72
Sering kali dijadikan sebagai tempat edukasi bagi wisatawan asing maupun lokal	0.19	4	0.76
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.26		4.69
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Partisipasi masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang	0.15	4	0.6
Adanya persaingan destinasi wisata	0.16	4	0.64
Kurang pedulinya masyarakat terkait pengembangan wisata lembah rinjani	0.14	3	0.42
Potensi bencana alam, seperti banjir , longsor di tempat wisata	0.17	4	0.68
Sampah masih menyumbat air sungai di wisata lembah rinjani	0.13	3	0.39
Harga tempat penginapan mahal	0.12	3	0.36

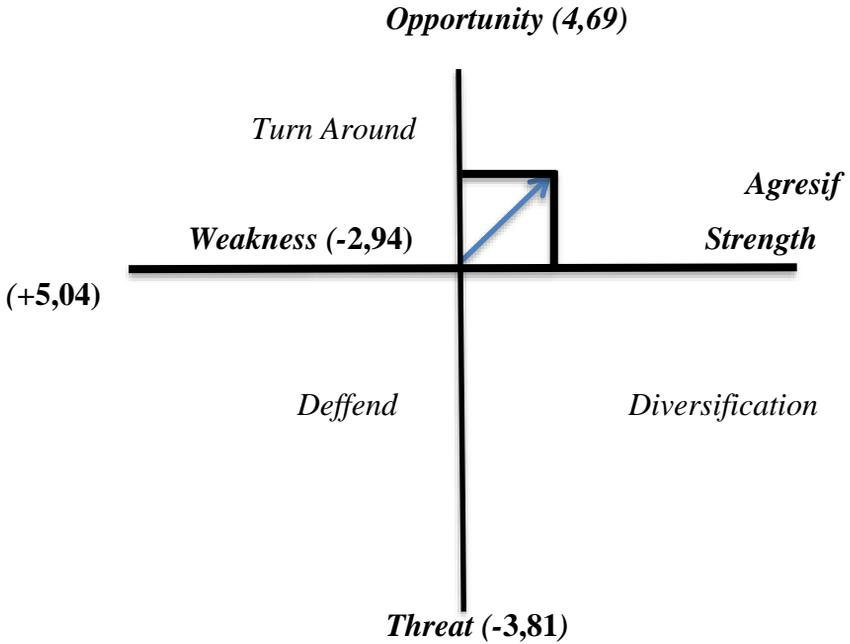
Masuknya budaya asing di desa tetabatu	0.18	4	0.72
Jumlah Threat (Ancaman)	1.05		3.81
O-T=X	0.88		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

- Strength* : 5,04
Weaknesses : (-2,94)
Opportunity : 4,69
Threats : (-3,81)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 2,1 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,88 yang dapat dilihat pada Grafik 2.1. di bawah ini :

Grafik 2.1
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.5 di bawah ini:

Tabel 2.1.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $5,04 + 4,69 = 9,73$	Strategi WO : $(-2,94) + 4,69 = 1,75$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $5,04 + (-3,81) = 1,23$	Strategi WT : $(-2,94) + (-3,81) = (-6,75)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Grafik 2.1., dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sikur, Desa Tetebatu berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran I Agresif adalah situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang sangat besar. Kawasan tetebatu ini mendapatkan kuadran I yang dimana Desa tersebut memiliki kekuatan yang sangat tinggi dan menjanjikan dan peluang dari desa tersebut sudah sangat besar karena wisata di tetebatu ini sudah menjadi wisata internasional sehingga desa tersebut harus melakukan strategi yang lebih agresif .

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi. Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil temuan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Tetebatu, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah:

Dengan cara lebih memaksimalkan potensi sumber daya alam yang dipadukan dengan sumber daya manusia yang sangat mendukung untuk pengembangan pariwisata hal ini dilakukan untuk dapat melestarikan potensi yang dimiliki Desa Tetebatu sebagai desa wisata. Agar desa wisata akan lebih maksimal hasilnya perlu dilakukannya beberapa pelatihan dan pengembangan seperti paket wisata yang ada di Tetebatu bisa menjadi lebih menarik atau memberikan wisatawan edukasi di saat berwisata. Pemerintah Desa juga selalu memperhatikan kondisi tempat wisata yang ada di Desa Tetebatu sehingga hal tersebut menjadi salah satu kekuatan dalam melestarikan suatu potensi yang dimilikinya dengan cara melakukan kerja sama

masyarakat dan pemerintah desa dalam pariwisata. Penginapan yang disediakan di daerah Tetebatu juga menjadi salah satu peluang dalam menjadi

Dapat memanfaatkan masyarakat dalam mengembangkan potensi dari sumber daya alam yang dimiliki. Banyaknya penginapan yang disediakan sehingga masyarakat tetebatu akan menjadi tour guide untuk para wisatawan dengan di padukan paket wisata yang disediakan menjadi lebih menarik dan dapat memberikan dampak positif bagi wisatawan. Adanya kontribusi bumdes dalam pengembangan wisata sehingga kerjasama antar desa akan lebih sempurna karena kerjasama ini sangat diperlukan untuk mengembangkan daerah pariwisata di tetebatu.

2. Desa Wisata Kembang Kuning

Desa wisata Kembang Kuning mulai memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian masyarakat yang ada Desa Kembang Kuning, bahkan peran dari desa wisata ini cukup besar. Desa wisata Kembang Kuning menawarkan keindahan alam atau buatan yang cukup menarik wisatawan mancanegara ataupun wisatawan Nusantara. Desa Kembang Kuning merupakan salah satu andalan dari desa wisata yang ada di Kabupaten Lombok Timur dikarenakan desa kembang kuning ini menawarkan

suasana alam yang mengingatkan wisatawan yang akan berkunjung ke desa ini akan nuansa yang alami dari daerah pedesaan. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Kembang Kuning dapat melihat atau menyaksikan secara langsung aktivitas para petani dalam melakukan kegiatan pertanian.

Desa Kembang Kuning tidak cuman menawarkan aktivitas kegiatan petani saja akan tetapi Desa Kembang Kuning juga mempunyai pesona alam yang sangat luar biasa indahnyanya dengan potensi alam, maupun buatan yang sangat menarik, seperti air terjun jeruk manis, alamnya yang masih alami dan langsung bisa melihat keindahan gunung rinjani. Bila kita melihat bukan cuman potensi wisata alam saja yang ada di Desa Kembang Kuning akan tetapi keramah tamahan Masyarakat yang ada di Kembang Kuning juga masih bertahan dengan pola hidup tradisional dalam kesehariannya, baik kita lihat dalam melakukan aktivitas pertanian, masak memasak ataupun kegiatan lainnya. Sehingga tidak mengherankan jika Desa Kembang Kuning ini sudah mulai banyak wisatawan mancanegara ataupun wisatawan Nusantara yang berkunjung ke daerah desa wisata Kembang Kuning.

Dengan keadaan potensi wisata yang ada di Desa Kembang Kuning ini tentu menjadi peluang yang cukup besar untuk dikembangkan ke depannya, dengan

pengelolaan ataupun penataan yang lebih terencana dan terarah lagi, demi keberlangsungan dan kebermanfaatannya dampak dari desa wisata yang ada di Kembang Kuning ini. Dari potensi inilah Desa Kembang Kuning mampu bersaing di kancah Nasional maupun Internasional jika strategi yang digunakan dalam pengelolaan dan pengembangan yang tepat.

Desa Kembang Kuning mempunyai berbagai macam potensi ekonomi wisata alam, ataupun buatan yang dapat dikelola ataupun dikembangkan dengan baik seperti: Adanya paket wisata, dan SDA yang berpotensi untuk wisata bahari, Biaya retribusi yang sangat murah ataupun *home stay* yang ada di Desa Kembang Kuning. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Kembang Kuning menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Kembang Kuning, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Kembang Kuning.

Tabel 2.2.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO		FAKTOR INTERNAL	
<i>STRENGTHS</i> (kekuatan)		<i>WEAKNESSES</i> (kelemahan)	
S1	Aksesibilitas ke Tempat Wisata yang Cukup Baik	W1	Fasilitas yang Kurang Lengkap
S2	Biaya Retribusi yang Sangat Murah	W2	Terbatasnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Desa Wisata
S3	Sikap Masyarakat yang Ramah	W3	Belum ada Tempat Lapak Yang Disediakan
S4	SDA yang Berpotensi Untuk Wisata Bahari	W4	Sisitem Informasi yang Belum Optimal
S5	Memiliki Tempat Penginapan/Homestay	W5	Pengelolaan Wisata yang Belum Maksimal
S6	Adanya Paket Wisata	W6	Pendanaan Wisata yang Belum Optimal
S7	Adanya Kontribusi Pemerintah Desa Terhadap Desa Wisata	W7	Kebersihan di Tempat Wisata Belum Sepenuhnya Terjaga
NO		FAKTOR EKSTERNAL	
<i>OPPORTUNITIES</i> (peluang)		<i>THREATS</i> (ancaman)	
O1	Sudah Menjuarai Desa Wisata Internasional	T1	Ketidaksiapan Masyarakat Desa Wisata Terhadap Pembangunan Pariwisata
O2	Kerja Sama Antar Desa Dalam Pengembangan Wisata	T2	Tempat Wisata yang Tidak Strategis
O3	Wisatawan Manca Negara Dapat Berkunjung ke Desa Kembang Kuning	T3	Budaya Luar Mempengaruhi Budaya Lokal

O4	Memiliki Potensi UMKM Yang dijual (<i>Coffee Process, Oil Process</i>)	T4	Tempat Wisata Sulit Dijangkau Oleh Wisatawan
O5	Menyerap Tenaga Kerja di Kawasan Desa Wisata	T5	Persaingan Dengan Destinasi Wisata Lain
06	Memiliki Jumlah Wisatawan Meningkat	T6	Ketidaksiapan Masyarakat Dalam Pembangunan Pariwisata
07	Strategi Pemasaran Pengelola Wisata Berjalan Maksimal	T7	Tempat Wisata Rawan Bencana

Hasil Analisis SWOT melalui tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.2.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aksesibilitas ke tempat wisata yang cukup baik 2. Biaya retribusi yang sangat murah 3. Sikap masyarakat yang ramah 4. SDA yang berpotensi untuk wisata bahari 5. Memiliki tempat penginapan/homes tay 6. Adanya paket wisata 7. Adanya kontribusi pemerintah desa terhadap desa wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang kurang lengkap 2. Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang desa wisata 3. Belum ada tempat lapak yang disediakan 4. Sistem informasi yang belum optimal 5. Pengelolaan wisata yang
Faktor Eksternal		

		<p>belum maksimal</p> <p>6. Pendanaan wisata yang belum optimal</p> <p>7. Kebersihan di tempat wisata belum sepenuhnya terjaga</p>
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah menjuarai desa wisata internasional 2. Kerja sama antar desa dalam pengembangan wisata 3. Wisatawan manca negara dapat berkunjung ke Desa Kembang Kuning 4. Memiliki potensi UMKM yang dijual (<i>Coffee process, Oil procces</i>) 5. Menyerap tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desa Kembang Kuning dapat lebih memperindah akses jalan menuju wisata untuk dapat perhatian lebih dari wisatawan 2. Desa dapat bekerja sama dengan pihak ketiga untuk memberikan paket wisata yang lebih murah 3. Masyarakat dapat lebih bersahabat lagi dengan wisatawan manca negara 4. SDA yang melimpah dapat di jadikan destinasi wisata ataupun ekspor untuk menunjang perekonomian masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat lebih optimal dalam memfasilitasi tempat wisata di Desa Kembang Kuning 2. Desa Kembang Kuning dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk dapat mengelola daerah wisata menjadi lebih maximal 3. Pemerintah desa dapat membuat lapak untuk masyarakat

<p>di kawasan wisata</p> <p>6. Memiliki jumlah wisatawan meningkat</p> <p>7. Strategi pemasaran pengelola wisata berjalan maksimal</p>	<p>5. Banyaknya penginapan di Desa Kembang Kuning dapat dimanfaatkan untuk menyerap tenaga kerja masyarakat</p> <p>6. Pemerintah desa ataupun pokdarwis bisa lebih maksimal lagi dalam memberikan pelayanan untuk paket wisata yang disediakan</p> <p>7. Pemasaran wisata di Desa Kembang Kuning dapat lebih maksimal lagi jika bekerja sama dengan BUMDes</p>	<p>agar dapat melayani beberapa wisatawan asing yang berkunjung</p> <p>4. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat memberikan jalur informasi pemasaran kepada para UMKM</p> <p>5. Pemerintah desa dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk dapat mengelola wisata lebih maksimal</p> <p>6. Pemerintah desa dapat memprioritaskan pengembangan wisata seperti penginapan untuk mencukup kapasitas wisatawan yang datang</p>
--	--	--

		Pokdarwis Desa Kembang Kuning dapat bekerja sama dengan masyarakat untuk pengembangan wisata
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidaksiapan masyarakat desa wisata terhadap pembangunan pariwisata 2. Tempat wisata yang tidak strategis 3. Budaya luar mempengaruhi budaya lokal 4. Tempat wisata sulit dijangkau oleh wisatawan 5. Persaingan dengan destinasi wisata lain 6. Ketidaksiapan masyarakat dalam pembangunan pariwisata 7. Tempat wisata rawan bencana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat memberikan daya tarik tersendiri dari wisata yang ada di Desa Kembang Kuning sehingga masyarakat dapat lebih tertarik untuk berkontribusi dalam pariwisata 2. Pokdarwis dapat melakukan event yang dapat menarik perhatian masyarakat ataupun wisatawan 3. Masyarakat ataupun tokoh masyarakat dapat melakukan inovasi yang baru untuk dapat menjaga kelestarian budaya lokal 4. Masyarakat dapat melakukan perbaikan akses jalan menuju wisata dengan ciri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat mempertahankan pariwisata yang ada di desa kembang kuning 2. Pokdarwis dapat lebih mengekspos dan mempromosikan pariwisatanya 3. Pemerintah desa dapat mengembangkan budaya lokal tanpa merubah budaya luar 4. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat menciptakan papan informasi yang lebih detail untuk memandu para

	<p> khas desa kembang kuning</p> <p>5. Tempat penginapan yang ada di desa kembang kuning dapat melakukan sebuah inovasi baru yang tidak dimiliki oleh tempat penginapan lain</p> <p>6. Melibatkan masyarakat lokal dalam pendampingan wisatawan</p> <p>7. Pemerintah desa dapat memberikan perlindungan bagi pariwisata untuk lokasi rawan bencana</p>	<p> wisatawan menuju lokasi wisata</p> <p>5. Pengelola wisata dapat meningkatkan inovasi dalam mengembangkan potensi pariwisata tanpa merusak persaingan</p> <p>6. Pemerintah desa dapat merangkul pemuda yang ingin ikut mengelola pariwisata di desa kembang kuning</p> <p>7. Masyarakat desa kembang kuning dapat menjaga kebersihan untuk meminimalisir terjadinya bencana alam</p>
--	--	---

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumanry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.2.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Aksesibilitas ke tempat wisata yang cukup baik	0.18	4	0.72
Biaya retribusi yang sangat murah	0.18	4	0.72
Sikap masyarakat yang ramah	0.19	4	0.76
SDA yang berpotensi untuk wisata bahari	0.17	4	0.68
Memiliki tempat penginapan/homestay	0.18	4	0.72
Adanya paket wisata	0.18	4	0.72
Adanya kontribusi pemerintah desa terhadap desa wisata	0.17	4	0.68
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.25		5
<i>Weakness (Kelemahan)</i>			
Fasilitas yang kurang lengkap	0.13	3	0.39
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang desa wisata	0.14	3	0.42

Belum ada tempat lapak yang disediakan	0.15	4	0.6
Sisitem informasi yang belum optimal	0.12	3	0.36
Pengelolaan wisata yang belum maksimal	0.14	3	0.42
Pendanaan wisata yang belum optimal	0.17	4	0.68
Kebersihan di tempat wisata belum sepenuhnya terjaga	0.09	2	0.18
Jumlah Weakness (Kelemahan)	0.94		3.05
S-W=X	1.95		

Tabel 2.2.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Sudah menjuarai Desa Wisata internasional	0.19	4	0.76
Kerja sama antar desa dalam pengembangan wisata	0.18	4	0.72
Wisatawan mancanegara dapat berkunjung ke Desa Kembang Kuning	0.18	4	0.72
Memiliki potensi UMKM	0.17	4	0.68

yang dijual (<i>Coffee process, Oil Process</i>)			
Menyerap Tenaga Kerja Di Kawasan desa wisata	0.18	4	0.72
Memiliki jumlah wisatawan meningkat	0.18	4	0.72
Strategi pemasaran pengelola wisata berjalan maksimal	0.18	4	0.72
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.26		5.04
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Ketidaksiapan Masyarakat desa wisata Terhadap Pembangunan Pariwisata	0.14	3	0.42
Tempat wisata yang tidak strategis	0.13	3	0.39
Budaya luar mempengaruhi budaya lokal	0.17	4	0.68
Tempat wisata sulit dijangkau oleh wisatawan	0.15	4	0.6
Persaingan dengan destinasi wisata lain	0.16	4	0.64
Ketidaksiapan masyarkat	0.14	4	0.56

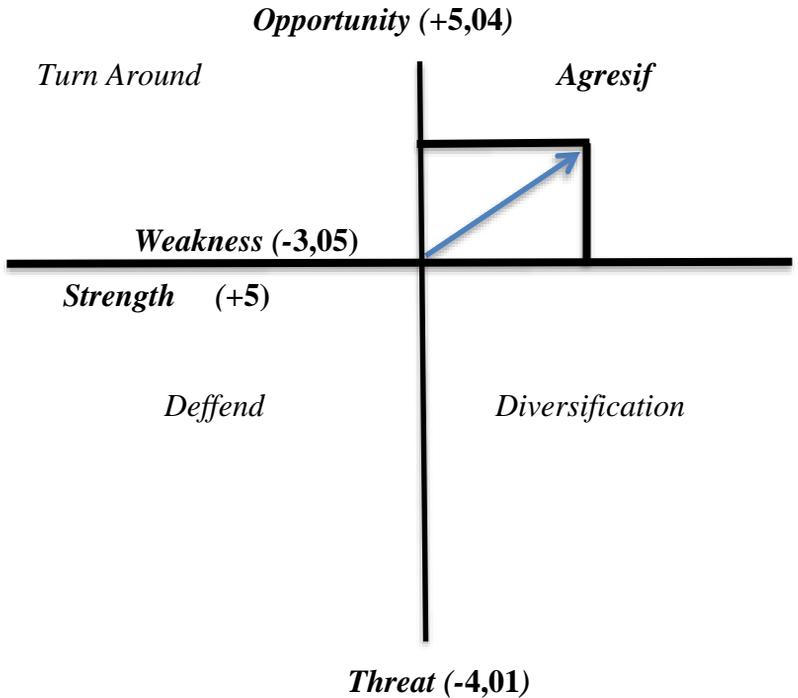
dalam pembangunan pariwisata			
Tempat wisata rawan bencana	0.18	4	0.72
Jumlah Threat (Ancaman)	1.07		4.01
O-T==X	1.03		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 5
Weakness : (-3,05)
Opportunity : 5,04
Threats : (-4,01)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 2.2. di bawah ini :

Grafik 2.2.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.2.5. di bawah ini:

Tabel 2.2.5.
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : 5+ 5,04 = 10,04	Strategi WO : (-3,05) + 5,04 = 1.99
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : 5+ (-4,01) = (-0,99)	Strategi WT : (-3,05) + (-4,01) = 7.06

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.2. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sikur, Desa Kembang Kuning berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut:

Kuadran I Agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Desa Kembang Kuning, karena Desa Kembang Kuning memiliki kekuatan dan kelemahan yang harus dikembangkan lagi secara agresif dan terus berupaya untuk memperluas peluang dari kekuatan yang dimilikinya. Strategi yang harus dilakukan oleh Desa Kembang Kuning adalah membuat strategi yang lebih agresif lagi untuk

memperluas jaringan dan pemasaran dari potensi yang dapat dikembangkan agar menjadi lebih baik lagi.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Kembang Kuning, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah:

Menggali potensi wisata alam dan buatan yang ada di kawasan Desa Kembang Kuning agar hasil yang

didapatkan lebih maksimal dengan cara memberikan fasilitas kepada masyarakat, pelaku usaha, dan pokdarwis sehingga wisata yang dibangun menjadi lebih efektif. Desa Kembang Kuning juga dapat lebih terbuka dengan pelaku usaha ataupun wisata lain sehingga relasi yang didapat lebih luas dan jaringan yang didapatkan bisa menjadi peluang utama untuk memajukan wisata di Desa Kembang Kuning. Desa Tetebatu juga dapat memberikan fasilitas dan ruang untuk para pelaku wisata di Desa Kembang Kuning baik dari promosi yang dilakukan ataupun kegiatan-kegiatan bazar yang dilakukan para UMKM sehingga hal ini akan menjadi suatu dorongan untuk potensi-potensi yang ada di Desa Kembang Kuning melalui promosi dari media sosial dan pameran tingkat nasional, bahkan internasional. Pariwisata yang dimiliki Desa Kembang Kuning perlu adanya pengembangan yang lebih agresif karena melihat peluang yang dimiliki Desa ini sangatlah bermanfaat baik bagi pemerinah desa maupun masyarakat sekitar untuk menunjang perekonomian baik dari membangun penginapan yang berbintang untuk para wisatawan mancanegara.

3. Desa Wisata Pringgasela

Potensi wisata merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dimana desa wisata itu harus mempunyai daya tarik agar orang-orang dapat berkunjung ke daerah tujuan desa wisata. Pengembangan kawasan desa wisata yang ada di desa Pringgasela harus mampu mendorong atau mengembangkan potensi yang ada di pringgasela, agar desa wisata yang ada desa Pringgasela dapat berkembang dengan baik. Berbagai potensi yang ada di desa Pringgasela seperti kekayaan alam, seni budaya, dan lain sebagainya dapat di kunjungi oleh wisatawan luar negeri maupun wisatawan dalam negeri. Minat dan daya tarik masyarakat desa Pringgasela harus mampu mengembangkan potensi yang ada di desa Pringgasela.

Pengembangan daya tarik desa wisata yang ada di Desa Pringgasela harus mempunyai strategi yang benar-benar matang dalam pengembangan potensi yang ada di desa Pringgasela, agar wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut lebih maksimal lagi, oleh karena itu perlu dilakukan pengidentifikasian potensi desa wisata yang mendukung semua potensi yang ada di desa Pringgasela. Berdasarkan pada analisis situasi diatas maka perlu dilakukan pengembangan potensi secara keseluruhan untuk mempertahankan potensi yang ada di Desa Pringgasela.

Potensi yang ada di desa Pringgasela perlu pemetaan berdasarkan permasalahan di setiap desa wisata Pringgasela agar strategi dan pengembangan berjalan dengan baik.

Selain potensi ekonomi, terdapat juga beberapa potensi wisata yang ada di Pringgasela yang bisa dikembangkan lebih baik lagi. Berdasarkan hasil identifikasi di atas terdapat beberapa titik untuk dikembangkan potensi pariwisata yang mampu menunjang kegiatan ekonomi masyarakat di Desa Pringgasela. Pengidentifikasian potensi desa wisata yang ada di desa Pringgasela diharapkan mampu dikembangkan dengan maksimal, khususnya untuk setiap sektor seperti sektor ekonomi, pariwisata, pertanian agar potensi yang ada di daerah desa wisata ini berjalan lebih baik lagi. Selain Desa wisata memberikan kontribusi bagi perekonomian masyarakat yang ada di daerah Desa Wisata Pringgasela, masyarakat setempat juga dapat meningkatkan sumber daya alam, sumber daya manusia yang ada di daerah desa Pringgasela lebih dikenal dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Pringgasela.

Desa Pringgasela mempunyai berbagai macam potensi ekonomi wisata alam, ataupun buatan yang dapat dikelola ataupun dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki keindahan alam berupa sungai,

perbukitan dan pemandangan yang indah, Memiliki wisata budaya seperti kain tenun atau kain seset, yang berpotensi untuk wisata bahari, Partisipasi sebagian masyarakat setempat yang cukup tinggi dalam usaha Kerajinan Tenun, *home stay* yang ada di Desa Pringgasela. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Pringgasela menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threath* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Pringgasela, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Pringgasela.

Tabel 2.3.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i> (Kekuatan)		<i>WEAKNESSES</i> (Kelemahan)
S1	Banyak Wisatawan Asing yang Berkunjung	W1	Belum Optimalnya Kamar Mandi dan Tempat Ibadah di Wisata Sungai Mencerit
S2	Kemudahan Akses Jalan Desa Wisata Pringgesela	W2	Belum Optimalnya Pengetahuan Masyarakat Terhadap Desa Wisata
S3	Biaya Retribusi yang Sangat Murah	W3	Belum Optimalnya Tempat Lapak Dagang yang disediakan di Tempat Wisata
S4	Memiliki Keindahan Alam Berupa Sungai, Perbukitan dan	W4	Belum Maksimal Pengelolaan Desa Wisata

	Pemandangan yang Indah		
S5	Memiliki Wisata Budaya Seperti Kain Tenun atau Kain Seset	W5	Harga Produksi Kerajinan Tenun yang Relatif Cukup Tinggi
S6	Memiliki Pengalaman Usaha yang Cukup Baik	W6	Lamanya Proses Produksi Kain Tenun
S7	Partisipasi Sebagian Masyarakat Setempat yang Cukup Tinggi Dalam Usaha Kerajinan Tenun	W7	Lokasi Produksi yang Cukup Jauh Dari Tempat Pemasaran
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
<i>OPPORTUNITIES (Peluang)</i>		<i>THREATS (Ancaman)</i>	
O1	Masuk Dalam Katagori Desa Wisata	T1	Belum Siapnya Masyarakat Desa Wisata Terhadap Pembangunan Pariwisata
O2	Mengurangi Tingkat Pengangguran	T2	Persaingan Dengan Destinasi Wisata Lain
O3	Wisatawan Manca Negara Dapat Berkunjung ke Desa Pringgasela	T3	Budaya Luar Mempengaruhi Budaya Lokal
O4	Kemajuan UMKM yang ada di Desa Pringgasela	T4	Pemasaran yang Belum Maximal Dengan Jalur Pemasaran

O5	Menyerap Tenaga Kerja di Desa Wisata Pringgasela	T5	Belum Optimalnya Perhatian Pemerintah Dalam Pengembangan Budaya Asli Desa Peringgasela
06	Memiliki Jumlah Kunjungan Wisatawan yang Fluktuatif	T6	Belum Maksimalnya Informasi yang Dapat diakses Melalui Internet/Media Sosial
07	Mimiliki Budaya Kain Tenun Sebagai Daya Tarik Wisatawan	T7	Belum Maksimalnya Proses Pemasaran

Hasil Analisis SWOT melalui tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.3.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
Faktor Eksternal	1 Banyak wisatawan asing yang berkunjung	1 Belum optimalnya kamar mandi dan tempat ibadah di wisata sungai mencerit
	2 Kemudahan akses jalan desa wisata pringgasela	2 Belum optimalnya pengetahuan masyarakat terhadap desa wisata
	3 Biaya retribusi yang sangat murah	3 Belum optimalnya tempat lapak dagang yang disediakan di tempat wisata
	4 Memiliki keindahan alam berupa sungai, perbukitan dan pemandangan yang indah	4 Belum maksimalnya
	5 Memiliki wisata budaya seperti kain tenun atau kain seset	

	<p>6 Memiliki pengalaman usaha yang cukup baik</p> <p>7 Partisipasi sebagian masyarakat setempat yang cukup tinggi dalam usaha Kerajinan Tenun</p>	<p>pengelola desa wisata</p> <p>5 Harga produksi kerajinan tenun yang relatif tinggi</p> <p>6 Lamanya proses produksi tenun</p> <p>7 Lokasi produksi yang cukup jauh dari tempat pemasaran</p>
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1 Masuk dalam katagori desa wisata</p> <p>2 Mengurangi Tingkat Pengangguran</p> <p>3 Wisatawan mancanegara dapat berkunjung ke desa peringgasela</p> <p>4 Kemajuan UMKM yang ada di desa peringgasela</p> <p>5 Menyerap tenaga kerja di desa</p>	<p>1 Lebih menggali dan mengembangkan Potensi Alam dan Buatan di kawasan desa peringgasela</p> <p>2 Melakukan Kerjasama dengan seluruh pelaku wisata</p> <p>3 Melakukan Promosi Pariwisata yang ada di kawasan Desa Peringgasela Melalui Media Sosial dan Pameran, Baik Tingkat</p>	<p>1 Meningkatkan Pembangunan Sarana dan prasarana kawasan desa wiata peringgasela</p> <p>2 Membangun Komunikasi dan Koordinasi Antara Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa dan Pengelola Pariwisata di kawasan peringgasela</p> <p>3 Memperkuat kalaborasi antara pemerintah</p>

<p>6 wisata pringgasela Memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang fluktuatif</p> <p>7 Mimiliki budaya kain tenun sebagai daya tarik wisatawan</p>	<p>Nasional Maupun Internasional .</p> <p>4 Memaksimalkan Pengembangan Pariwisata</p> <p>5 Memaksimalkan penyediaan penginapan untuk wisatawan mancanegara</p>	<p>desa, pengelola wisata dan pelaku wisata didesa pringgasela</p> <p>4 Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat</p> <p>5 Meningkatkan Pemasaran Masyarakat Lokal di desa pringgasela</p> <p>6 Pemerintah desa dapat mengembangkan potensi yang ada di desa pringgasela melalui ciri khas yang dimilikinya</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1 Belum siapnya masyarakat desa wisata terhadap pembangunan pariwisata</p> <p>2 Persaingan dengan destinasi wisata lain</p> <p>3 Budaya luar mempengaruhi budaya lokal</p>	<p>1 Melakukan Pembinaan Kepada Masyarakat di Bidang Pariwisata</p> <p>2 Meningkatkan partisipasi dari masyarakat untuk meningkatkan pengembangan dan penataan pariwisata</p> <p>3 Meningkatkan Kualitas Manajemen SDM</p>	<p>1 Memaksimalkan Sarana di kawasan wisata desa pringgasela</p> <p>2 Mengadakan Fasilitas Usaha Masyarakat di kawasan wisata desa pringgasela</p> <p>3 Mengoptimalkan Pembinaan dan Pelatihan</p>

4	Pemasaran yang belum maksimal dengan jalur pemasaran	di kawasan wisata desa pringgasela	Kepada Masyarakat
5	Belum optimalnya perhatian pemerintah dalam pengembangan budaya asli desa pringgasela	4 Meningkatkan dan merubah pola pikir para usaha agar lebih terbuka	4 Mengadakan Sosialisasi Secara Berkala Mengenai Pariwisata di kawasan desa pringgasela
6	Belum maksimalnya informasi yang dapat diakses melalui internet/ media sosial	5 Mengatur ulang SDM untuk mengelola SDA di Desa Pringgasela	5 Mempertahankan potensi peluang dan kekuatan yang dimiliki desa Pringgasela
7	Belum maksimalnya proses pemasaran		

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry* (IFAS) yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.3.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal		Bobot	Rating	Skor Pembobotan (bobot x rating)
<i>STRENGTHS</i> (kekuatan)				
S1	Banyak wisatawan Asing yang berkunjung	0.14	3	0.42
S2	Kemudahan akses jalan desa wisata pringgesela	0.17	4	0.68
S3	Biaya retribusi yang sangat murah	0.15	3	0.45
S4	Memiliki keindahan alam berupa sungai, perbukitan dan pemandangan alam yang indah	0.18	4	0.72
S5	Memiliki wisata budaya seperti kain tenun atau kain seset	0.18	4	0.72
S6	Memiliki pengalaman usaha yang cukup baik	0.19	4	0.76
S7	Partisipasi masyarakat setempat dan anak muda yang tinggi	0.17	4	0.68

	dalam usaha Kerajinan Tenun			
	jumlah strength (Kekuatan)			4.43
WEAKNESSES (kelemahan)				
W1	Belum optimalnya kamar mandi dan tempat ibadah di sungai mencerit	0.15	3	0.45
W2	Belum optimalnya pengetahuan masyarakat terhadap desa wisata	0.15	3	0.45
W3	Belum optimalnya tempat lapak dagang yang disediakan	0.12	3	0.36
W4	Belum maximal pengelola desa wisata alam	0.15	3	0.45
W5	Harga produksi kerajinan tenun yang relatif tinggi	0.16	4	0.64
W6	Lamanya proses produksi	0.16	4	0.64
W7	Lokasi produksi yang cukup jauh dari tempat pemasaran	0.15	3	0.45
	jumlah weakness (Kelemahan)			3.44
	S-W=X			0.99

Tabel 2.3.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal		Bobot	Rating	Skor Pembobotan (bobot x rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>				
O1	Masuk dalam katagori desa wisata	0.18	4	0.72
O2	Mengurangi Tingkat Pengangguran	0.19	4	0.76
O3	Wisatawan manca negara dapat berkunjung ke Desa Peringgasela	0.15	3	0.45
O4	Kemajuan UMKM yang ada di Desa Peringgasela	0.18	4	0.72
O5	Menyerap tenaga kerja di desa wisata pringgasela	0.18	4	0.72
O6	Mimiliki budaya kain tenun sebagai daya tarik wisatawan	0.19	4	0.76
O7	Memiliki jumlah wisatawan meningkat	0.17	4	0.68
jumlah Opportunity (Peluang)		4.81		
<i>Threat (Ancaman)</i>				
T1	Belum siapnya Masyarakat desa a	0.15	3	0.45

T2	Persaingan Dengan Destinasi Wisata Lain	0.15	3	0.45
T3	Budaya luar mempengaruhi budaya lokal	0.1	2	0.2
T4	Pemasaran yang tidak sesuai dengan jalur pemasaran	0.15	3	0.45
T5	Belum optimalnya perhatian pemerintah dalam pengembangan budaya asli desa peringgasela	0.16	4	0.64
T6	Belum informasi yang dapat diakses melalui internet/media sosial	0.16	4	0.64
T7	Belum maksimalnya proses pemasaran	0.15	3	0.45
Jumlah Threat (Ancaman)		3.28		
S-W=X		1.53		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,43

Weaknesses : (-3,44)

Opportunity : 4,81

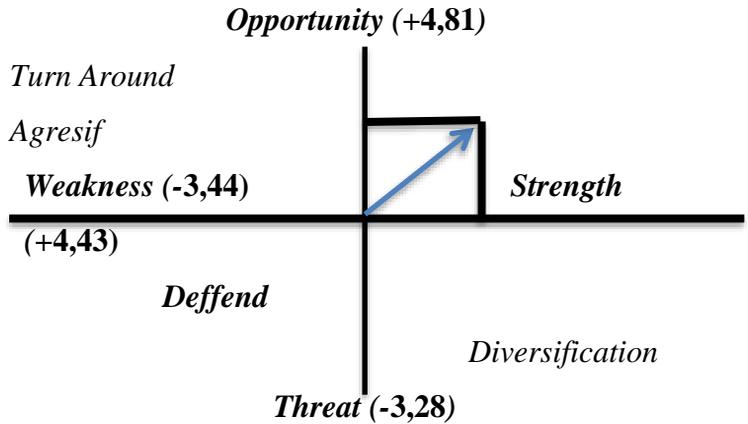
Threats : (-3,28)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*.

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat

digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 2.3. di bawah ini :

Grafik 2.3.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.3.5 di bawah ini:

Tabel 2.3.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths</i> (S)	<i>Weaknessess</i> (W)
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi SO : 4,43+ 4,81 = 9,23	Strategi WO : (-3,03) + 2,83 = (-0,2)
<i>Threats</i> (T)	Strategi ST : 4,43+ (- 3,28) = 1,15	Strategi WT : (-3,03) + (-3,16) = (-6,19)

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.3. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Pringgasele, Desa Pringgasele berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut:

Kuadran I Agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Desa Pringgasele karena Desa Pringgasele memiliki kekuatan dan peluang yang harus dikembangkan lagi secara agresif dan terus berupaya untuk memperluas peluang dari kekuatan yang dimilikinya. Strategi yang harus dilakukan oleh Desa Pringgasele adalah membuat strategi yang lebih

agresif lagi untuk memperluas jaringan dan pemasaran dari potensi yang dapat dikembangkan agar menjadi lebih baik lagi.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Pringgasela, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah Menggali potensi wisata alam dan buatan yang

ada di kawasan Desa Pringgasela agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dengan cara memberikan fasilitas kepada masyarakat, pelaku usaha, dan pokdarwis sehingga wisata yang dibangun menjadi lebih efektif. Desa pringgasela juga dapat lebih terbuka dengan pelaku usaha ataupun wisata lain sehingga relasi yang didapat lebih luas dan jaringan yang didapatkan bisa menjadi peluang utama untuk memajukan wisata di Desa Pringgasela.

Desa Pringgasela juga dapat memberikan fasilitas dan ruang untuk para pelaku wisata di Desa Pringgasela baik dari promosi yang dilakukan ataupun kegiatan-kegiatan bazar yang dilakukan para UMKM sehingga hal ini akan menjadi suatu dorongan untuk potensi-potensi yang ada di Desa Pringgasela melalui promosi dari media sosial dan pameran tingkat nasional, bahkan internasional. Pariwisata yang dimiliki Desa Pringgasela perlu adanya pengembangan yang lebih agresif karena melihat peluang yang dimiliki Desa ini sangatlah bermanfaat baik bagi pemerintah desa maupun masyarakat sekitar untuk menunjang perekonomian baik dari membangun penginapan yang berbintang untuk para wisatawan mancanegara.

4. Desa Wisata Jeruk Manis

Desa wisata bisa dikatakan sebagai desa yang menawarkan bentuk kegiatan pariwisata buatan maupun alami yang dimana desa tersebut harus mempunyai potensi yang dapat dikembangkan di tempat tersebut, baik itu bertemakan wisata rekreasi seperti kolam berenang ataupun alami seperti airterjun. Akan tetapi desa wisata harus memiliki konsep yang memiliki kekhasan pedesaan untuk menarik kunjungan wisatawan Nusantara ataupun wisatawan mancanegara. Disamping itu desa wisata harus memiliki kegiatan kepariwisataan sebagai salah satu kegiatan desa yang bisa dikembangkan, baik untuk mencapai tujuan social, budaya ataupun meningkatkan ekonomi masyarakat.

Salah satu desa wisata yang berkembang di Kabupaten Lombok Timur adalah Desa Jeruk Manis. Hal ini dikarenakan Desa Jeruk Manis memiliki potensi-potensi yang dapat dikelola maupun dikembangkan dengan baik kedepannya. Salah satu yang harus dilakukan dalam pengembangan desa wisata yang ada di Desa Jeruk Manis adalah harus mempunyai strategi yang tepat dan tepat dalam pengembangan potensi-potensi yang ada di Desa Jeruk Manis dikarenakan tanpa adanya strategi yang tepat dalam pengembangan desa wisata yang ada di Desa Jeruk Manis akan sulit di

kembangkan dengan baik. Selain strategi yang tepat Desa Jeruk Manis juga harus mampu menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap guna meningkatkan kunjungan-kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan Nusantara yang akan berkunjung ke setiap objek wisata yang ada di Desa Jeruk Manis.

Pengembangan desa wisata yang ada di Desa Jeruk Manis harus mampu berjalan dengan baik dikarenakan desa wisata tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di Desa Jeruk Manis tersebut. Tidak hanya dilihat dari segi perekonomian masyarakat yang ada di Desa Jeruk Manis saja akan tetapi masyarakat juga harus mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada di Desa Jeruk Manis, sehingga akan mengangkat daerah tersebut dari segi budaya, Pendidikan dan lain sebagainya.

Desa Jeruk Manis mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki 3 air terjun di Desa Jeruk Manis, Memiliki UMKM asli dari Desa dan memiliki *home stay*. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Jeruk Manis menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Jeruk

Manis, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Jeruk Manis.

Tabel 2.4.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Memiliki Potensi Alam, Bukit, Kuliner, Persawahan	W1	Pengelolaan Wisata Masih Belum Maksimal
S2	Memiliki 3 Air Terjun di Desa Jeruk Manis	W2	Kurangnya Sarana dan Prasarana yang Disediakan ditempat Wisata
S3	Adanya Fasilitas Penginapan	W3	Akses Jalan Menuju Air Terjun Kurang Bagus
S4	Wisatawan Mancanegara Selalu Berkunjung ke Jeruk Manis	W4	Lahan Parkir yang Masih Sempit di Tempat Wisata
S5	Memiliki UMKM Asli Dari Desa	W5	Semua Tempat Wisata Belum Tertata Dengan Rapi
S6	Tempat Wisata Masih Alami	W6	Kurangnya Kesadaran Pemuda Dalam Mengembangkan Wisata di Jeruk Manis
S7	Air Terjun di Kelola Oleh TNGR	W7	Terbatasnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Pariwisata
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Menjadi Tempat Destinasi Wisata bagi Wisatawan Mancanegara	T1	Belum ada Bantuan Dana yang Maksimal Dari Pemerintah Daerah

O2	Memiliki Banyak Potensi yang Dapat Dikembangkan	T2	Masyarakat Masih Belum Paham Terkait Pengelolaan Wisata
O3	Masyarakat Jeruk Manis Selalu Menjadi Tour Guide Untuk Wisatawan Asing	T3	Memiliki Permasalahan di Tempat Wisata Antar Desa Tetangga
O4	Desa Jeruk Manis Sudah Banyak Dikenal Oleh Wisatawan Asing	T4	Sebagian Masyarakat/Pemuda disana Bekerja Sebagai TKI
O5	Sudah Mendapatkan Bantuan Dari Dewan Untuk Pembangunan Wisata	T5	Keamanan Desa yang Masih Belum Maksimal
O6	Wisatawan Asing yang Terus Berkunjung ke Tempat Wisata	T6	Pendanaan Wisata dari Desa Belum Maksimal
O7	Sering dijadikan Sebagai Tempat Edukasi Bagi Wisatawan Asing	T7	Tempat Penginapan Masih Belum Maksimal

Hasil Analisis SWOT melalui tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.4.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	1. Memiliki Potensi alam, bukit, kuliner, dan persawahan	1. Pengelolaan wisata masih belum maksimal

<p>Faktor Eksternal</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Memiliki 3 air terjun 3. Adanya fasilitas penginapan 4. Wisatawan mancanegara selalu berkunjung ke jeruk manis 5. Memiliki UMKM asli dari Desa 6. Tempat wisata masih alami 7. Air terjun di kelola oleh TNGR 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Kurangnya sarana dan prasarana yang disediakan ditempat wisata 3. Akses jalan menuju air terjun kurang bagus 4. Lahan parkir yang masih sempit di tempat wisata 5. Semua tempat wisata belum tertata dengan rapi 6. Kurangnya kesadaran pemuda dalam mengembangkan wisata di jeruk manis 7. Terbatasnya pengetahuan
-------------------------	---	---

		masyarakat tentang pariwisata
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<p>1. Menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan mancanegara</p> <p>2. Memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan</p> <p>3. Masyarakat jeruk manis selalu menjadi tour guide untuk wisatawan asing</p> <p>4. Desa jeruk manis sudah banyak dikenal oleh wisatawan asing</p> <p>5. Sudah mendapatkan bantuan dari dewan untuk</p>	<p>1. Lebih menggali dan mengembangkan Potensi Alam dan Buatan di kawasan Desa Jeruk Manis</p> <p>2. Melakukan Kerjasama dengan seluruh pelaku wisata</p> <p>3. Melakukan Promosi Pariwisata yang ada di kawasan Desa Jeruk Manis Melalui Media Sosial dan Pameran,</p>	<p>1 Meningkatkan Pembangunan Sarana dan prasarana kawasan desa wiata Jeruk Manis</p> <p>2 Membangun Komunikasi dan Koordinasi Antara Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa dan Pengelola Pariwisata di kawasan Desa Jeruk Manis</p> <p>3 Memperkuat kalaborasi</p>

<p>pembangunan wisata</p> <p>6. Wisatawan asing yang terus berkunjung ke tempat wisata</p> <p>7. Sering dijadikan sebagai tempat edukasi bagi wisatawan asing</p>	<p>Baik Tingkat Nasional Maupun Internasional .</p> <p>4. Memaksimalkan Pengembangan Pariwisata</p> <p>5. Memaksimalkan penyediaan penginapan untuk wisatawan mancanegara</p>	<p>antara pemerintah desa, pengelola wisata dan pelaku wisata di Desa Jeruk Manis</p> <p>4 Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat</p> <p>5 Meningkatkan Pemasaran Masyarakat Lokal di Desa Jeruk Manis</p> <p>6 Pemerintah desa dapat mengembangkan potensi yang ada di Desa Jeruk Manis melalui ciri khas yang dimilikinya</p>
---	---	---

<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
1. Belum ada bantuan dana yang maksimal dari pemerintah Daerah	1 Melakukan Pembinaan Kepada Masyarakat di Bidang Pariwisata	1 Memaksimalkan Sarana di kawasan wisata Desa Jeruk Manis
2. Masyarakat masih belum paham terkait pengelolaan wisata	2 Meningkatkan partisipasi dari masyarakat untuk meningkatkan pengembangan dan penataan pariwisata	2 Mengadakan Fasilitas Usaha Masyarakat di kawasan wisata desa peringgasela
3. Memiliki permasalahan di tempat wisata antar desa tetangga	3 Meningkatkan Kualitas Manajemen SDM di kawasan wisata Desa Jeruk Manis	3 Mengoptimalkan Pembinaan dan Pelatihan Kepada Masyarakat
4. Sebagian masyarakat/pemuda disana bekerja sebagai TKI	4 Meningkatkan dan merubah pola pikir para	4 Mengadakan Sosialisasi Secara Berkala Mengenai Pariwisata di kawasan Desa Jeruk Manis
5. Keamanan desa yang masih belum maksimal		

6. Pendanaan wisata dari desa belum maksimal	usaha agar lebih terbuka	8. Mempertahankan potensi peluang dan kekuatan yang dimiliki Desa Jeruk Manis
7. Tempat penginapan masih belum maksimal	5 Mengatur ulang SDM untuk mengelola SDA di Desa Jeruk Manis	

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.4.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki Potensi alam, bukit, kuliner, dan persawahan	0.18	4	0.72
Memiliki 3 air terjun	0.18	4	0.72
Adanya fasilitas penginapan	0.15	3	0.45
Wisatawan mancanegara selalu berkunjung ke jeruk manis	0.18	4	0.72

Memiliki UMKM asli dari desa	0.17	4	0.68
tempat wisata masih alami	0.17	4	0.68
air terjun di kelola oleh TNGR	0.18	4	0.72
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.21		4.69
<i>Weakness (Kelemahan)</i>			
Wisatawan mancanegara selalu berkunjung ke jeruk manis	0.16	4	0.64
Kurangnya sarana dan prasarana yang disediakan ditempat wisata	0.18	4	0.72
Akses jalan menuju air terjun kurang bagus	0.18	4	0.72
Lahan parkir yang masih sempit di tempat wisata	0.16	4	0.64
Semua tempat wisata belum tertata dengan rapi	0.17	4	0.68
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata	0.18	4	0.72
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata	0.14	3	0.42
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.17		4.54
S-W=X	0.15		

Tabel 2.4.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan mancanegara	0.19	4	0.76
Memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan	0.17	4	0.68
Masyarakat jeruk manis selalu menjadi tour guide untuk wisatawan asing	0.15	3	0.45
Desa jeruk manis sudah banyak dikenal oleh wisatawan asing	0.14	3	0.42
Sudah mendapatkan bantuan dari dewan untuk pembangunan wisata	0.18	4	0.72
Wisatawan asing yang terus berkunjung ke tempat wisata	0.19	4	0.76
Sering dijadikan sebagai tempat edukasi bagi wisatawan asing	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Opportunity (Peluang)</i>	1.21		4.55
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Belum ada bantuan dana yang maksimal dari pemerintah Daerah	0.17	4	0.68
Masyarakat masih belum paham terkait pengelolaan wisata	0.16	4	0.64

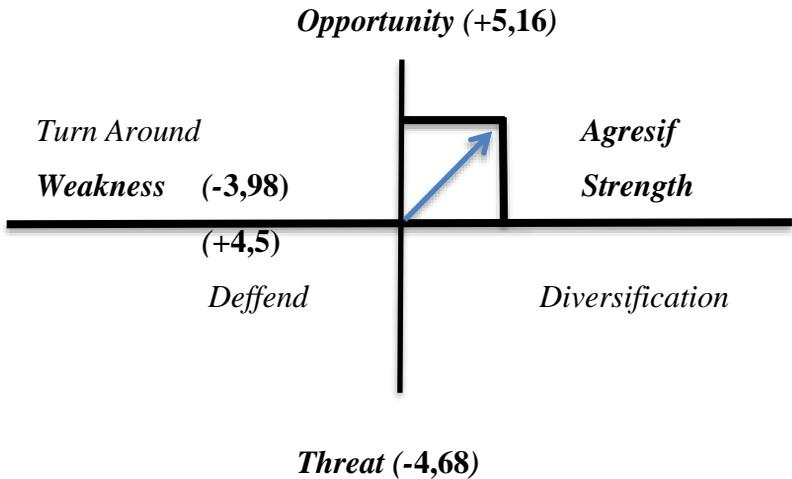
Memiliki permasalahan di tempat wisata antar desa tetangga	0.18	4	0.72
Sebagian masyarakat/pemuda disana bekerja sebagai TKI	0.14	3	0.42
Keamanan desa yang masih belum maksimal	0.09	2	0.18
Pendanaan wisata dari desa belum maksimal	0.17	4	0.68
Tempat penginapan masih belum maksimal	0.15	3	0.45
Jumlah Threat (Ancaman)	1.06		3.77
O-T=X	0.78		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,69
Weaknesses : (-4,54)
Opportunity : 4,55
Threats : (-3,77)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 0,15 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,78 yang dapat dilihat pada Grafik 2.4.1 di bawah ini :

Grafik 2.4.1
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.4.5 di bawah ini:

Tabel 2.4.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknessess (W)
Opportunities (O)	Strategi SO : $4,5 + 5,16 = 9,66$	Strategi WO : $(-3,98) + 5,16 = 1,18$
Threats (T)	Strategi ST : $4,5 + (-4,68) = (-0,18)$	Strategi WT : $(-3,98) + (-4,68) = (-8,66)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Grafik 2.4.1 Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan *Sikur*, Desa Jeruk Manis berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran I Agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Desa Jeruk Manis karena Desa Jeruk Manis memiliki kekuatan dan peluang yang harus dikembangkan lagi secara agresif dan terus berupaya untuk memperluas peluang dari kekuatan yang dimilikinya. Strategi yang harus dilakukan oleh Desa Jeruk Manis adalah membuat strategi yang lebih agresif lagi untuk memperluas jaringan dan pemasaran dari potensi yang dapat dikembangkan agar menjadi lebih baik lagi.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Pringgasele, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah:

Menggalang potensi wisata alam dan buatan yang ada di kawasan Desa Jeruk Manis agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dengan cara memberikan fasilitas kepada masyarakat, pelaku usaha, dan pokdarwis sehingga wisata yang dibangun menjadi lebih efektif. Desa Jeruk Manis juga dapat lebih terbuka dengan pelaku usaha ataupun wisata lain sehingga relasi yang didapat lebih luas dan jaringan yang didapatkan bisa menjadi peluang utama untuk memajukan wisata di Desa Jeruk Manis. Desa Jeruk

Manis juga dapat memberikan fasilitas dan ruang untuk para pelaku wisata di Desa Jeruk Manis baik dari promosi yang dilakukan ataupun kegiatan-kegiatan bazar yang dilakukan para UMKM sehingga hal ini akan menjadi suatu dorongan untuk potensi-potensi yang ada di Desa Jeruk Manis melalui promosi dari media sosial dan pameran tingkat nasional, bahkan internasional. Pariwisata yang dimiliki Desa Jeruk Manis perlu adanya pengembangan yang lebih agresif karena melihat peluang yang dimiliki Desa ini sangatlah bermanfaat baik bagi pemerintah desa maupun masyarakat sekitar untuk menunjang perekonomian baik dari membangun penginapan yang berbintang untuk para wisatawan mancanegara.

5. Desa Wisata Lenek Ramban Biak

Salah satu destinasi yang berada di Kabupaten Lombok Timur Desa Lenek Ramban Biak Kec Lenek merupakan salah satu destinasi desa wisata yang masuk 99 desa wisata yang di beri SK oleh Gubernur Nusa Tenggara Barat. Pengelola wisata berbasis masyarakat dalam bentuk desa wisata merupakan bentuk pariwisata yang dapat menjadi model pengembangan ekowisata yang memiliki potensi yang ada di setiap desa wisata. Penerapan desa wisata yang ada di Lenek Reban Biak

harus mempunyai konsep atau strategi yang tepat dalam pengembangan desa wisata.

Desa Lenek Reban Biak memiliki potensi wisata yang lengkap baik dilihat dari wisata alamnya, wisata budaya, wisata religi ataupun wisata buatan lainnya yang dapat dikembangkan dengan baik di Desa Lenek Reban Biak. Namun kesadaran masyarakat setempat dan pemerintah dalam mengelola desa wisata masih perlu di manfaatkan secara maksimal lagi. Dengan adanya pengelolaan dan pengembangan yang berjalan secara seimbang baik dari partisipasi masyarakat sebagai pengelola dan pengembangan dan pemerintah sebagai pemberi kebijakan yang proaktif terhadap desa wisata yang ada di Desa Lenek Reban Biak.

Pengembangan daya tarik desa wisata yang ada di Desa Lenek Reban Biak harus mempunyai strategi yang benar-benar baik dalam pengeolaan potensi yang ada di Desa Lenek Reban Biak agar wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut lebih maksimal lagi, oleh karena itu perlu dilakukan pengidentifikasian potensi desa wisata yang mendukung semua potensi yang ada di Desa Lenek Reban Biak. Berdasarkan pada analisis situasi diatas maka perlu dilakukan pengembangan potensi secara keseluruhan untuk

mempertahankan potensi yang ada di desa Desa Lenek Reban Biak.

Desa Lenek Reban Biak mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki objek wisata kolam renang tirta dan hutan lindung yang tergolong alami, adanya wisata budaya mulut beleq dan dua sanggar seni yakni cupu mas dan nileo, memiliki industri batu bata. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Lenek Reban Biak Lawang menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Lenek Reban Biak, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Desa Lenek Reban Biak.

Tabel 2.5.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>	
S1	Memiliki Potensi Wisata Alam	W1	Pengelolaan Wisata Masih Belum Maxsimal Dalam Pengembangan
S2	Memiliki Objek Wista Kolam Renang Tirta dan Hutan Lindung yang Tergolong Alami	W2	Kurang Tertariknya Wisatawan Asing Pada Kolam Renang
S3	Adanya Sarana dan Prasarana Memadai	W3	Akses Jalan yang Belum Maximal
S4	Ke Alamian Air Kolam Tirta Langsung dari Mata Air	W4	Belom ada Upaya Masyarakat Untunk Menciptakan Produk Atau Souvenir
S5	Adanya Wisata Budaya Mulut Beleq dan Sanggar Seni	W5	Kurangnya Kesadaran Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Kolam

	Yakni Cupu Mas Dan Nileo		
S6	Memiliki Industri Batu Bata	W6	Kurangnya Kesadaran Masyarakat Akan Lingkungan
S7	Adanya Dukungan Pemdes ke Wisata	W7	Belum ada Kuliner Untuk Menunjang Wisata Kolam Renang dan Hutan

NO		FAKTOR EKSTERNAL	
<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>	
O1	Menjadi Tempat Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Lokal	T1	Peranan Masyarakat Dalam Menjaga Objek Wisata Masih Kurang
O2	Memiliki Banyak Potensi yang Dapat Dikembangkan	T2	Adanya Desa Wisata Lain Yang Letaknya Berdekatan Sehingga Akan Menimbulkan Persaingan
O3	Daya Tarik Wisata Alam Dengan Mata Airnya	T3	Jalan di Area Wisata Belum Terawat Dengan Maksimal
O4	Adanya Support dari Pihak Pemerintah Desa Terhadap Pengembangan Wisata	T4	Minimnya Petunjuk Arah Menuju Lokasi Wisata
O5	Adanya Sanggar Seni Cupu Mas dan	T5	Kurangnya Kesadaran Masyarakat Dalam Menjaga Alam

	Nileo sebagai Daya Tarik Wisata		
06	Dapat Memperbaiki Prekonomian Masyarakat Dengan Adanya Wisata	T6	Wisata di Klaim Oleh Tiga Desa (Berpotensi Sengketa)
07	Ketika Wisatawan Ramai Berkunjung Maka Masing-Masing Masyarakat di Semua Dusun di Berikan Berkontribusi	T7	Potensi Bencana Alam Akan Merusak Wisata Seperti Banjir Yang Merusak Kolam Pertama

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisi SWOT

Tabel 2.5.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi wisata alam 2. Memiliki objek wisata kolam renang tirta dan hutan lindung yang tergolong alami 3. Adanya sarana dan prasarana memadai 4. Kealamian air kolam tirta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan wisata masih belum maximal dalam pengembangan 2. Kurang tertariknya wisatawan asing pada kolam renang 3. Akses jalan yang belum maximal

Faktor Eksternal	<p>langsung dari mata air</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Adanya wisata budaya mulut beleq dan dua sanggar seni yakni cupu mas dan nileo 6. Memiliki industry batu bata 7. Adanya dukungan pemdes ke wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Belum ada Upaya masyarakat untuk menciptakan produk atau souvenir 5. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan kolam 6. Kurangnya kesadaran masyarakat akan lingkungan 7. Belum ada kuliner untuk menunjang wisata kolam renang dan buatan
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan lokal 2. Memiliki banyak potensi yang dikembangkan 3. Daya Tarik wisata alam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat lebih agresif dalam mengembangkan potensi desa untuk memberikan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun asing 2. Wisata alam dan buatan dapat lebih 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa maupun pokdarwis dapat mengatur ulang dalam mengembangkan wisata yang dimiliki desa tersebut 2. Pokdarwis dapat memberikan ruang kepada masyarakat

<p>dengan mata airnya</p> <p>4. Adanya support dari pihak pemerintah desa terhadap pengembangan wisata</p> <p>5. Adanya sanggar seni cupu mas dan nilio sebagai daya Tarik wisata</p> <p>6. Dapat memperbaiki perekonomian masyarakat dengan adanya wisata</p> <p>7. Ketika wisatawan ramai berkunjung maka masing-masing masyarakat di semua dusun di berikan kontribusi</p>	<p>dimanfaatkan dan dikembangkan</p> <p>3. Sanggar seni yang menjadi daya Tarik wisatawan dapat dimanfaatkan dengan cara memberikan paket wisata menuju wisata buatan kolam, wisata budaya ataupun wisata alam</p> <p>4. Pemerintah desa lebih mengedepankan kepentingan masyarakat dalam mengembangkan perekonomian dengan cara memberikan kontribusi ke daerah wisatawan</p>	<p>untuk berkreasi untuk membuat souvenir</p> <p>3. Pemerintah desa dapat melakukan beberapa event di tempat wisata untuk menjalin silaturahmi kepada masyarakat</p> <p>4. Pemerintah desa dapat bekerja sama untuk memperbaiki akses jalan menuju tempat wisata</p>
<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
<p>1. Peranan masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang</p>	<p>1. Pemerintah desa dapat memberikan masyarakat peluang dalam mengembangkan potensi desa</p>	<p>1. Pemerintah desa maupun pokdarwis dapat mempertahankan potensi wisata yang dimiliki dengan</p>

<ol style="list-style-type: none"> 2. Adanya desa wisata lain yang letaknya berdekatan sehingga akan menimbulkan persaingan 3. Jalan di area wisata belum terawat dengan maksimal 4. Minimnya petunjuk arah menuju lokasi wisata 5. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga alam 6. Wisata di klaim oleh tiga desa (berpotensi sengketa) 7. Potensi bencana alam akan merusak wisata seperti banjir yang merusak kolam pertama 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pokdarwis dapat memberikan ciri khas tersendiri dari daerah wisata di tersebut untuk menghindari persaingan wisata di desa tersebut 3. Adanya dukungan pemerintah desa dalam wisata dapat lebih maksimal dalam memberikan kemajuan suatu wisata 4. Akses jalan menuju tempat wisata dapat diperindah Bersama masyarakat dengan cara memberikan hiasan bunga atau tanaman sepanjang jalan 	<p>mengandalkan para pemuda</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pemerintah desa maupun Pokdarwis dapat lebih aktif lagi dalam pengembangan wisata 3. Pokdarwis dapat menjaga kelestarian wisata sehingga tidak ada konflik dari desa lain dalam hak milik wisata 4. Pokdarwis dapat mempertahankan potensi wisata yang ada di desa tersebut dengan cara memasarkan daerah wisata maupun menjalin kerja sama dengan pihak ketiga, atau agent-agent travel.
---	---	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumanry (IFAS)* yang dirangkum dari *Faktor Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 2.5.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
memiliki Potensi wisata alam	0.16	4	0.64
Memiliki objek wisata kolam renang tirta dan hutan lindung yang tergolong alami	0.17	4	0.68
adanya sarana dan prasarana memadai	0.16	4	0.64
ke alamian air kolam tirta langsung dari mata air	0.18	4	0.72
adanya wisata budaya mulut beleq dan dua sanggar seni yakni cupu mas dan nileo	0.17	4	0.68
memiliki industri batu bata	0.17	4	0.68
adanya dukungan pemdes ke wisata	0.16	4	0.64
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.17		4.68
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>			
pengelolaan wisata masih belum	0.17	4	0.68

maximal dalam pengembangan			
kurang tertariknya wisatawan asing pada kolam renang	0.18	4	0.72
akses jalan yang belum maximal	0.21	5	1.05
belum ada upaya masyarakat untuk menciptakan produk atau souvenir	0.18	4	0.72
Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan kolam	0.17	4	0.68
kurangnya kesadaran masyarakat akan lingkungan	0.17	4	0.68
belum ada kuliner untuk menunjang wisata kolam renang dan hutan	0.17	4	0.68
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.25		5.21
S-W=X	-0.53		

Tabel 2.5.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

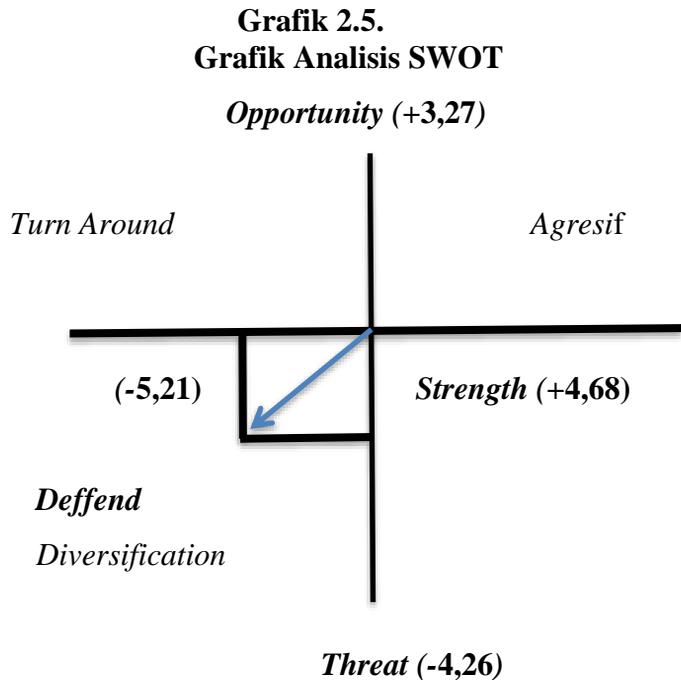
Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan lokal	0.18	4	0.72
Memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan	0.15	3	0.45
daya tarik wisata alam dengan mata airnya	0.18	3	0.54
adanya support dari pihak pemerintah desa terhadap pengembangan wisata	0.14	3	0.42
adanya sanggar seni cupu mas dan nileo sebagai daya tarik wisata	0.12	3	0.36
dapat memperbaiki prekonomian masyarakat dengan adanya wisata	0.11	3	0.33
ketika wisatawan ramai berkunjung maka masing-masing masyarakat di semua dusun di berikan berkontribusi	0.15	3	0.45
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.03		3.27
<i>Threat (Ancaman)</i>			

peranan masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang	0.2	4	0.8
adanya desa wisata lain yang letaknya berdekatan sehingga akan menimbulkan persaingan	0.11	3	0.33
jalan di area wisata belum terawat dengan maksimal	0.15	3	0.45
minimnya petunjuk arah menuju lokasi wisata	0.14	3	0.42
kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga alam	0.19	4	0.76
wisata di klaim oleh tiga desa (berpotensi sengketa)	0.21	5	1.05
potensi bencana alam akan merusak wisata seperti banjir yang merusak kolam pertama	0.15	3	0.45
Jumlah Threat (Ancaman)	1.15		4.26
O-T=X	-0.99		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

- Strength* : 4,68
Weaknesses : (-5,21)
Opportunity : 3,27
Threats : (-4,26)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 2.5. di bawah ini :



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.5.5 di bawah ini:

Tabel 2.5.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $4,68 + 3,27 = 7,95$	Strategi WO : $(-5,21) + 3,27 = 1,94$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $4,68 + (-4,26) = (-0,42)$	Strategi WT : $(-5,21) + (-4,26) = (-9,44)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.5. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Lenek, Desa Lenek Ramban Biak berada pada Kuadran III yaitu Deffensif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran III Deffensif adalah situasi yang sangat berbahaya. Kawasan Lenek Ramban Biak memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. (jangka pendek, menengah, Panjang)

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran III: Mendukung Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman)

Strategi yang bersumber dari *Weakness* dan *Threats* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal kemudian diminimalisir dapat digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Organisasi ini mengalami berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal. Strategi yang mendukung strategi *deffensive* (bertahan) adalah dengan melakukan berbagai tindakan yang bersifat inovatif. Berdasarkan hasil di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Lenek di Desa Lenek Ramban Biak, strategi WT (- *Threats*) yang dapat dilakukan adalah: pemerintah desa dan pokdarwis dapat memaksimalkan

dalam mempertahankan potensi wisata dengan cara memanfaatkan para pemuda untuk pengembangan potensi wisata, pemerintah desa dan pokdarwis dapat lebih maksimal dalam berkontribusi untuk pengembangan daerah wisata, pokdarwis juga dapat menjaga kelestarian wisata dan memberikan ciri khas tersendiri dari wisata di daerah tersebut sehingga konflik antar desa dapat dihindarkan, pokdarwis dapat memberikan inovasi dalam mempertahankan potensi wisata dengan cara memasarkan daerah wisata tersebut ataupun menjalin kerja sama dengan pihak ketiga atau travel-travel.

6. Desa Wisata Lenek Pesiraman

Desa Lenek Pesiraman memiliki suatu kebudayaan dan tradisi, yang menjadikan desa Lenek Pesiraman ini masuk dalam 99 desa wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat. Tradisi yang ada di Desa Lenek Pesiraman yang dikembangkan oleh masyarakat sekitar memiliki potensi untuk dikembangkan lebih baik lagi, seperti begawe beleq, tradisi ngejot yang sampai saat ini masih dilestarikan di Desa Lenek Pesiraman. Tidak hanya satu tradisi budaya yang dikenal juga di Desa Lenek Pesiraman akan tetapi masyarakat Desa Lenek Pesiraman juga mempunyai tempat wisata yang dapat dikembangkan dengan baik.

Tradisi ngejot ini merupakan sebuah kegiatan yang biasanya dilakukan oleh masyarakat di Desa Lenek Pesiraman pada H-1 sebelum Hari Raya Idul Fitri yang dimana masyarakat yang ada di Desa Lenek Pesiraman melakukan kunjungan kepada orang tua, kerabat, mertua, tetangga dekat ataupun tokoh agama lainnya dengan membawakan makanan hari raya untuk diberikan pada H-1 lebaran. Adapun tujuan dari tradisi ngejot ini adalah guna memperkuat jalinan silaturahmi dalam masyarakat ataupun keluarga, dikarenakan tradisi ngejot ini konon katanya bisa memperkuat keagamaan dan kemanusiaan yang ada di Desa Lenek Pesiraman.

Desa Lenek Pesiraman mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki objek wisata sungai empok dan kolam yang indah, Memiliki budaya ngejot yang di laksanakan setiap tahun sebelum H-1 lebaran. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Lenek Pesiraman menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Lenek Pesiraman, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Lenek Pesiraman

Tabel 2.6.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	STRENGTHS	WEAKNESSES	
S1	Potensi Wisata Alam	W1	Belum Maximalnya Perhatian Pemerintah Desa Untuk Wisata
S2	Memiliki Objek Wista Sungai Empok dan Kolam yang Indah	W2	Pengetahuan Masyarakat Tentang Wisata Masing Minim
S3	Memiliki Jembatan Dengan Pemandangan yang Bagus	W3	Belum ada Produk Unggulan (Cendramata) yang Dijual di Objek Wisata
S4	Tempat Wisata Masih Alami	W4	Pengelola Wisata Belum di Buat
S5	Memiliki Budaya Ngejot yang di Laksanakan Setiap Tahun Sebelum H-1 Lebaran	W5	Peranan Masyarakat Dalam Menjaga Wisata Masih Belum Optimal
S6	Dapat Bantuan dari Pemerintah Pusat	W6	Minimnya Sarana Prasarana di Tempat Wisata
S7	Letak Wisata yang Strategis dan Mudah Dijangkau	W7	Promosi Tempat Wisata yang Masih Kurang
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	OPPORTUNITIES	THREATS	
O1	Lahan-Lahan Wisata Bisa di Manfaatkan Masyarakat Untuk Berjualan Dalam Meningkatkan Prekonomian	T1	Berpotensi Bencana Alam yang Akan Merusak Sungai dan Kolam
O2	Mengadakan Festival Ngejot yang Dapat Mempererat Tali	T2	Pengembangan Wisata Belum Maksimal Sehingga Akan Kalah

	Silaturahmi Antar Orang Ter Dekat		Saing Dengan Wisata Tetangga
O3	Mata Air Di Manfaatkan Masyarakat Untuk Kolam Anak-Anak	T3	Peranan Masyarakat Dalam Menjaga Wisata Masih Minim Seperti Hilangnya Masjid Bersejarah yang di Abaikan
O4	Jembatan Gantung Bisa di Jadikan Salah Satu Tempat Spot Foto	T4	SDM Belum Banyak Yang Familiar Dengan Digitalisasi
O5	Kedepannya Bisa Mengurangi Tingkat Pengangguran Melalui Perkembangan Wisata	T5	Pencemaran Lingkungan Dengan Sampah-Sampah Plastik Makanan dibuang di Pinggir Jalan Menuju Wisata
O6	Sumber Daya Alam yang Dapat di Manfaatkan Untuk Pengembangan Wisata.	T6	Tidak Adanya Pengelola Menyebabkan Wisata Tidak Terawat Berpotensi Rusak
O7	Kedepannya Wisata Berpeluang Sebagai Sumber PADES (Pendapatan Asli Desa)	T7	Musim Hujan Membuat Pengunjung Sepi

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 2.6.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> Potensi wisata alam Memiliki objek wisata sungai empok dan kolam yang indah 	<ol style="list-style-type: none"> Belum maksimalnya perhatian pemerintah desa untuk wisata Pengetahuan masyarakat

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memiliki jembatan dengan pemandangan yang bagus 4. Tempat wisata masih alami 5. Memiliki budaya ngejot yang dilaksanakan setiap tahun sebelum H-1 lebaran 6. Dapat bantuan dari pemerintah pusat 7. Letak wisata yang strategis dan mudah di jangkau 	<p>tentang wisata masih minim</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Belum ada produk unggulan (cendramata) yang dijual di objek wisata 4. Pengelola wisata belum di buat 5. Peranan masyarakat dalam menjaga wisata masih belum optimal 6. Minimnya sarana prasarana di tempat wisata 7. Promosi tempat wisata yang masih kurang
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lahan-lahan wisata bisa di manfaatkan masyarakat untuk berjualan dalam meningkatkan perekonomian 2. Mengadakan festival ngejot yang dapat mempererat tali silaturahmi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat dapat memanfaatkan potensi alam untuk lebih memaksimalkan untuk menjual souvenir untuk para wisatawan 2. Pemerintah desa dapat memanfaatkan event event yang ada di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat memberikan masyarakat untuk membangun usaha di sekitar tempat wisata sesuai dengan aturan yang akan dibuat 2. Pemerintah desa dapat memberikan

<p>antar orang ter dekat</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Mata air di manfaatkan masyarakat untuk kolam anak-anak 4. Jembatan gantung bisa di jadikan salah satu tempat spot foto 5. Kedepannya bisa mengurangi tingkat pengangguran melalui perkembangan wisata 6. Sumber daya alam yang dapat di manfaatkan untuk pengembangan wisata 7. Kedepannya wisata berpeluang sebagai sumber PADes (pendapatan asli desa) 	<p>desa bersama masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pengelola wisata ataupun pemerintah desa dapat membangun spot foto dan menghias akses jalan jembatan gantung dan mata air 4. Tempat wisata yang alami dapat dipadukan dengan wisata buatan 5. Masyarakat dapat memberikan pemahaman kepada para pemuda untuk melestarikan budaya dan wisata yang ada di Desa Lenek Pesiraman 6. Pemerintah desa dapat memanfaatkan bantuan dari pemerintah pusat untuk memberikan pelatihan 	<p>pelatihan pariwisata dengan memadukan unsur budaya</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Masyarakat di Desa Lenek Pesiraman dapat membangun sebuah inovasi baru dalam pengembangan wisata mata air yang ada di daerah tersebut 4. Masyarakat setempat dapat memanfaatkan tempat wisata jembatan gantung sebagai spot foto 5. Pemerintah desa dapat memaksimalkan kontribusi masyarakat dalam mengelola dan menjaga wisata yang ada di Desa Lenek Pesiraman 6. Pemerintah desa dapat mengoptimalkan anggaran
---	--	--

	kepada pokdarwis untuk mengelola lebih baik pariwisata	khususnya untuk pembangunan pariwisata di Desa Lenek Pesiraman
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi bencana alam yang akan merusak sungai dan kolam 2. Pengembangan wisata belum maksimal sehingga akan kalah saing dengan wisata tetangga 3. Peranan masyarakat dalam menjaga wisata masih minim seperti hilangnya masjid bersejarah yang diabaikan 4. SDM belum banyak yang familiar dengan digitalisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah dapat mengantisipasi masyarakat dan tempat wisata untuk terjadinya bencana alam 2. Wisata sungai empok dan kolam dapat di berikan polesan yang memberikan suatu ciri khas dari Desa Lenek Pesiraman 3. Masyarakat sekitar dapat menjaga warisan budaya masjid kuno dengan cara mengarahkan para wisatawan dari jembatan gantung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat bisa lebih peduli terhadap potensi wisata alam yang ada di Desa Lenek Pesiraman 2. Pemerintah desa dapat lebih memaksimalkan lagi dalam mengelola wisata untuk dapat bersaing dengan wisata lain 3. Pemerintah desa dapat menggerakkan ibu-ibu pkk untuk dapat lebih berkontribusi kepada masyarakat 4. Pemerintah desa atau pokdarwis dapat lebih maksimal lagi dalam memberikan pemahaman

<p>5. Pencemaran lingkungan dengan sampah-sampah plastic makanan dibuang di pinggir jalan menuju wisata</p> <p>6. Tidak adanya pengelola menyebabkan wisata tidak terawatt berpotensi rusak</p> <p>7. Musim hujan membuat pengunjung sepi</p>	<p>menuju masjid kuno</p> <p>4. Pemerintah desa memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan SDM untuk dapat menggali potensi SDA</p> <p>5. Pemerintah desa atau tokoh masyarakat dapat melakukan Kerjasama dengan masyarakat setelah melakukan budaya ngejot untuk dapat membersihkan sampah sekitar</p> <p>6. Adanya bantuan dari pemerintah sehingga pemerintah desa dapat lebih maksimal</p>	<p>digitalisasi wisata untuk masyarakat</p> <p>5. Pemerintah desa dapat mengajak masyarakat untuk dapat mengelola sampah</p> <p>6. Pemerintah desa dapat memanfaatkan masyarakat lokal untuk mengelola dan menjaga wisata tersebut</p> <p>7. Pokdarwis ataupun pengelola wisata dapat menjalin kerjasama dengan pihak ketiga untuk memasarkan tempat wisata di Desa Lenek Pesiraman menjadi tempat destinasi wisata</p>
---	---	---

	dalam menjaga wisata dengan bekerja sama dengan para pemuda untuk menjaga kelestarian wisata yang ada di Desa Lenek Pesiraman	
--	---	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry* (IFAS) yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.6.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength</i> (Kekuatan)			
Potensi wisata alam	0.17	4	0.68
Memiliki objek wisata sungai empok dan kolam yang indah	0.16	4	0.64
memiliki jembatan dengan pemandangan yang bagus	0.17	4	0.68
tempat wisata masih alami	0.18	4	0.72

Memiliki budaya ngejot yang di laksanakan setiap tahun sebelum H-1 lebaran	0.13	3	0.39
dapat bantuan dari pemerintah pusat	0.17	4	0.68
Letak wisata yang strategis dan mudah dijangkau	0.18	4	0.72
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.16		4.51
Weaknesses (Kelemahan)			
Belum maksimalnya perhatian pemerintah desa untuk wisata	0.11	3	0.33
pengetahuan masyarakat tentang wisata masing minim	0.17	4	0.68
Belum ada produk unggulan (cendramata) yang dijual di objek wisata	0.14	3	0.42
pengelola wisata belum di buat	0.23	5	1.15
peranan masyarakat dalam menjaga wisata masih belum optimal	0.21	5	1.05
minimnya sarana prasarana di tempat wisata	0.19	4	0.76
Promosi tempat wisata yang masih kurang	0.15	3	0.45
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.2		4.84
S-W=X	-0.33		

Tabel 2.6.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analisis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
lahan-lahan wisata bisa di manfaatkan masyarakat untuk berjualan dalam meningkatkan prekonomian	0.15	3	0.45
mengadakan festival ngejot yang dapat mempererat tali silaturahmi antar orang ter dekat	0.19	4	0.76
mata air di manfaatkan masyarakat untuk kolam anak-anak	0.16	4	0.64
jembatan gantung bisa di jadikan salah satu tempat spot foto	0.14	3	0.42
kedepannya bisa mengurangi tingkat pengangguran melalui perkembangan wisata	0.12	3	0.36
Sumber daya alam yang dapat di manfaatkan untuk pengembangan wisata.	0.2	4	0.8
kedepannya wisata berpeluang sebagai sumber PADES (Pendapatan Asli Desa)	0.16	3	0.48
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.12		3.91
<i>Threat (Ancaman)</i>			

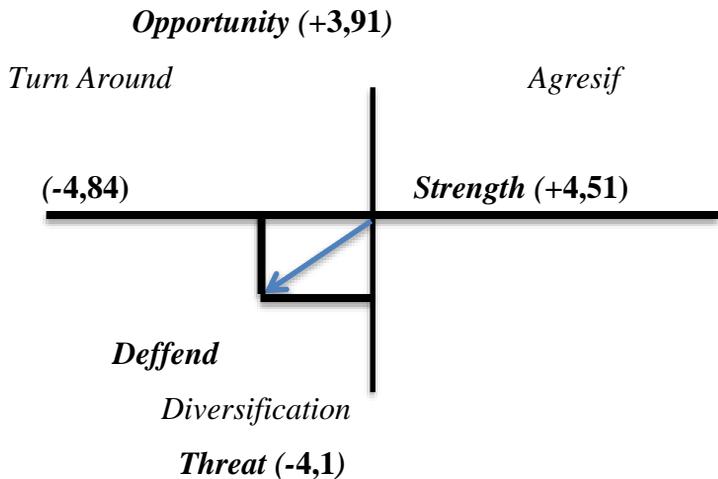
berpotensi bencana alam yang akan merusak sungai dan kolam	0.18	4	0.72
pengembangan wisata belum maksimal sehingga akan kalah saing dengan wisata tetangga	0.17	4	0.68
peranan masyarakat dalam menjaga wisata masih minim seperti hilangnya masjid bersejarah yang di abaikan	0.21	5	1.05
SDM belum banyak yang familiar dengan digitalisasi	0.12	3	0.36
Pencemaran lingkungan dengan sampah-sampah plastik makanan dibuang di pinggir jalan menuju wisata	0.18	4	0.72
tidak adanya pengelola menyebabkan wisata tidak terawat berpotensi rusak	0.15	3	0.45
musim hujan membuat pengunjung sepi	0.06	2	0.12
Jumlah Threat (Ancaman)	1.07		4.1
O-T==X	-0.19		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,51
Weaknesses : (-4,84)
Opportunity : 3,91
Threats : (-4,1)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai , dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi IFAS (-0,33) sedangkan hasil identifikasi EFAS (-19) maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 2.6. di bawah ini :

Grafik 2.6.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.6.5 di bawah ini:

Tabel 2.6.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $4,51 + 3,91 = 8,42$	Strategi WO : $(-4,84) + 3,91 = (-0,93)$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $4,51 + (-4,1) = (-0,41)$	Strategi WT : $(-4,84) + (-4,1) = (-8,94)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.6. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Lenek, Desa Lenek Pesiraman berada pada Kuadran III yaitu Deffensif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran III Deffensif adalah situasi yang sangat berbahaya. Kawasan Lenek Pesiraman memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga

desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. (jangka pendek, menengah, Panjang)

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran III: Mendukung Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman)

Strategi yang bersumber dari *Weakness* dan *Threats* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal kemudian diminimalisir dapat digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Organisasi ini mengalami berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal. Strategi yang mendukung strategi *deffensive* (bertahan) adalah dengan melakukan

berbagai tindakan yang bersifat inovatif. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Lenek di Desa Lenek Pesiraman, strategi WT (- *Threats*) yang dapat dilakukan adalah: masyarakat dapat lebih peduli lagi terhadap potensi wisata alam yang di milikinya sehingga Desa Lenek Pesiraman akan mengalami perkembangan jangka Panjang, pemerintah desa juga dapat lebih maximal dalam mengelola wisata untuk dapat bersaing dengan wisata lain, pemerintah desa juga dapat memanfaatkan ibu-ibu pkk untuk dapat berkontribusi kepada masyarakat, pemerintah desa atau pokdarwis dapat lebih maximal lagi dalam memberikan pemahaman digitalisasi wisata, masyarakat juga dapat lebih peduli terhadap sampah untuk dapat dikelola.

7. Desa Wisata Senanggalih

Dataran rendah menjadi tempat yang asri untuk berwisata karena dapat menikmati indahnya pantai, hutan, dan hasil perkebunan. Hal ini menjadi salah satu ciri utama dari suatu Desa Wisata salah satunya yaitu Desa Senanggalih yang memiliki wisata anggur yang sangat melimpah. Akan tetapi desa wisata di Senanggalih ini memerlukan konsep dalam mengembangkan potensi yang ada di Desa Senanggalih

dengan memiliki suatu ciri khas pedesaan untuk dapat menarik perhatian kepada para wisatawan. Hal ini juga menjadi kendala utama desa dalam mengembangkan potensi wisata untuk mencapai tujuan yang diinginkan desa sehingga hasil yang didapatkan akan memberikan dampak positif bagi masyarakat ataupun pemerintah desa.

Desa Senanggalih yang berada di kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur memiliki potensi-potensi yang dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik dengan cara melakukan beberapa strategi yang tepat guna untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Desa Senanggalih. Potensi wisata anggur yang sangat diminati oleh para wisatawan menjadi salah satu peluang utama dari desa untuk dapat memperluas jaringan untuk dapat meningkatkan sumber daya manusia dengan melestarikan sumber daya alam yang dimiliki Desa Senanggalih.

Pengembangan Desa Wisata di Senanggalih ini mampu berjalan dengan baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil analisis diatas dapat dilihat bahwa Desa Senanggalih memiliki keunggulan peluang karena memiliki wisata yang sangat jarang ditemui di pulau Lombok sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan sebaik mungkin desa dalam melakukan pengembangan wisata.

Desa Senanggalih mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki wisata anggur, Memiliki UMKM unggulan, Memiliki hasil madu trigona. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Senanggalih menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Senanggalih, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Senanggalih.

Tabel 2.7.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Memiliki Wisata Anggur	W1	Belum Adanya Loket Wisata
S2	Masing-Masing Rumah Menanam Anggur	W2	Fasilitas yang Disediakan Belum Lengkap
S3	Akses Jalan Menuju Wisata Anggur Cukup Bagus	W3	Tidak Adanya Paket Wisata
S4	Tempat Wisata Anggur Cukup Bersih	W4	Manajemen Pengelolaan Masih Kurang
S5	Memiliki UMKM Unggulan	W5	Belum ada Sarana dan Prasarana yang Disediakan

S6	Memiliki Hasil Madu Trigona	W6	Hasil Panen Anggur Belum di Ekspor
S7	Memiliki Potensi Alam yang Cukup Indah	W7	Belum adanya Target Pasar
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Sudah Mendapatkan Bantuan Kanal Anggur dari Provinsi	T1	Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang Pariwisata
O2	Wisatawan Mancanegara Cukup Sering Datang ke Tempat Wisata Anggur	T2	Kurangnya Binaan Dalam Pengelolaan Wisata
O3	Desa Wisata di Resmikan Langsung Oleh Wakil Gubernur	T3	Hasil UMKM Belum di Ekspor
O4	Banyak Hasil UMKM yang Sudah Dikenal	T4	Banyaknya Saingan Wisata Dengan Desa Lain
O5	Adanya Perhatian Penuh dari Pemerintah Desa Untuk Wisata Anggur	T5	Pokdarwis yang Kurang Berkontribusi Dalam Pengelolaan Wisata
O6	Masyarakat Bekerjasama Dalam Menanam Anggur di Tiap Rumah	T6	Tidak Adanya Akses ATM di Desa Senanggalih
O7	Masyarakat diberikan Bimbingan Dalam Pembibitan Anggur oleh Desa	T7	Tempat Pembuangan Sampah yang Belum Disediakan

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 2.7.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki wisata anggur 2. Masing-masing rumah menanam anggur 3. Akses jalan menuju wisata anggur cukup bagus 4. Tempat wisata anggur cukup bersih 5. Memiliki UMKM unggulan 6. Memiliki hasil madu trigona 7. Memiliki potensi alam yang cukup indah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum adanya loket wisata 2. Fasilitas yang disediakan belum lengkap 3. Tidak adanya paket wisata 4. Manajemen pengelolaan masih kurang 5. Belum ada sarana dan prasarana yang disediakan 6. Hasil panen anggur belum di ekspor 7. Belum adanya target pasar bagi pelaku usaha anggur
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah mendapatkan bantuan kanal anggur dari provinsi 2. Wisatawan mancanegara cukup sering datang ke 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya potensi alam yang jarang ditemui orang bisa dijadikan tempat wisata yang dapat dikelola baik oleh pemerintah desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemeirntah desa dapat membuat loket wisata untuk memasuki wisata anggur 2. pemerintah desa dapat memberikan fasilitas yang dibutuhkan

<p>tempat wisata anggur</p> <p>3. Desa wisata di resmikan langsung oleh wakil gubernur</p> <p>4. Banyak Hasil UMKM yang sudah dikenal</p> <p>5. Adanya perhatian penuh dari pemerintah desa untuk wisata anggur</p> <p>6. Masyarakat diberikan bimbingan dalam pembibitan anggur oleh desa</p>	<p>2. Wisata anggur lebih dimaksimalkan terutama dibagian promosi</p> <p>3. Hasil UMKM/anggur yang dimiliki bisa di kreasikan menjadi berbagai olahan untuk di pasarkan</p>	<p>dalam mengembangkan wisata anggur</p> <p>3. Pemerintah desa lebih memerhatikan kondisi wisata anggur yang ada di desa senanggalih</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pariwisata</p> <p>2. Kurangnya binaan dalam pengelolaan wisata</p> <p>3. Hasil UMKM belum di ekspor</p> <p>4. Banyaknya saingan wisata</p>	<p>1. Pemerintah desa/masyarakat bisa membuat ciri khas tersendiri dari wisata anggur</p> <p>2. Pemerintah desa membangun obyek wisata yang baru</p>	<p>1. Dengan cara mengandalkan wisata anggur semaksimal mungkin untuk pengembangan wisata</p> <p>2. Selalu memanfaatkan peluang yang sudah dimiliki desa senanggalih baik dari potensi alam, perkebunan,</p>

<p>dengan desa lain</p> <p>5. Pokdarwis yang kurang berkontribusi dalam pengelolaan wisata</p> <p>6. Tidak adanya akses ATM di desa senanggalih</p> <p>7. Tempat pembuangan sampah yang belum disediakan</p>		<p>pertanian, dan pantai</p> <p>3. Pemasaran yang dilakukan hanya mulut ke mulut dan wilayah sekitar saja</p>
--	--	---

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.7.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki wisata anggur	0.17	4	0.68
Masing-masing rumah menanam anggur	0.19	4	0.76
Akses jalan menuju wisata anggur cukup bagus	0.15	4	0.6

Tempat wisata anggur cukup bersih	0.16	4	0.64
Memiliki UMKM unggulan	0.16	4	0.64
Memiliki hasil madu trigona	0.16	4	0.64
Memiliki potensi alam yang cukup indah	0.16	4	0.64
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.15		4.6
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)			
Belum adanya loket wisata	0.18	4	0.72
Fasilitas yang disediakan belum lengkap	0.18	4	0.72
Tidak adanya paket wisata	0.17	4	0.68
Manajemen pengelolaan masih kurang	0.18	4	0.72
Belum ada sarana dan prasarana yang disediakan	0.14	3	0.42
Hasil panen anggur belum di ekspor	0.17	4	0.68
Belum adanya target pasar	0.17	4	0.68
Jumlah <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	1.19		4.62
S-W=X	-0.02		

Tabel 2.7.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Ratin g	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Sudah mendapatkan bantuan kanal anggur dari provinsi	0.18	4	0.72
Wisatawan mancanegara cukup sering datang ke tempat wisata anggur	0.17	4	0.68
Desa wisata di resmikan langsung oleh wakil gubernur	0.17	4	0.68
Banyak Hasil UMKM yang sudah dikenal	0.16	4	0.64
Adanya perhatian penuh dari pemerintah desa untuk wisata anggur	0.18	4	0.72
Masyarakat bekerjasama dalam menanam anggur di tiap rumah	0.18	4	0.72
Masyarakat diberikan bimbingan dalam pembibitan anggur oleh desa	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Opportunity (Peluang)</i>	1.23		4.92
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pariwisata	0.12	3	0.36
Kurangnya binaan dalam pengelolaan wisata	0.16	4	0.64

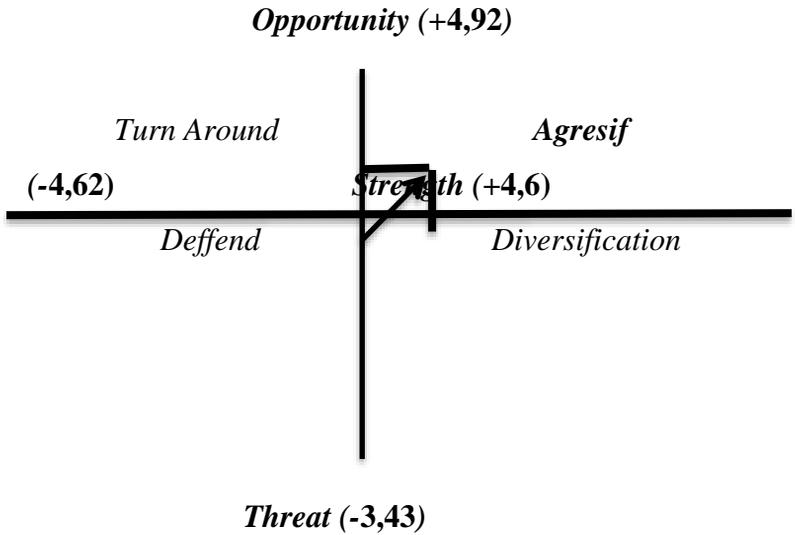
Hasil UMKM belum di ekspor	0.14	3	0.42
Banyaknya saingan wisata dengan desa lain	0.11	3	0.33
Pokdarwis yang kurang berkontribusi dalam pengelolaan wisata	0.15	4	0.6
Tidak adanya akses ATM di desa senanggalih	0.12	3	0.36
Tempat pembuangan sampah yang belum disediakan	0.18	4	0.72
Jumlah <i>Threat</i> (Ancaman)	0.98		3.43
O-T==X	1.49		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,6
Weaknesses : (-4,62)
Opportunity : 4,92
Threats : (-3,43)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 0,15 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,78 yang dapat dilihat pada Grafik 2.7.1. di bawah ini:

Grafik 2.7.1
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.7.5 di bawah ini:

Tabel 2.7.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknessess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $4,6 + 4,92 = 9,52$	Strategi WO : $(-4,62) + 4,92 = 0,3$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $4,6 + (-3,43) = 1,17$	Strategi WT : $(-4,62) + (-3,43) = (-8,05)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.7. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sambelia, Desa Senanggalih berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut:

Kuadran I Agresif merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Desa Senanggalih karena Desa Senanggalih memiliki kekuatan dan peluang yang harus dikembangkan lagi secara agresif dan terus berupaya untuk memperluas peluang dari kekuatan yang dimilikinya. Strategi yang harus dilakukan oleh Desa Senanggalih adalah membuat strategi yang lebih agresif lagi untuk memperluas jaringan dan pemasaran dari potensi yang dapat dikembangkan agar menjadi lebih baik lagi.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil temuan di lapangan, Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Senanggalih, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah:

Menggali potensi wisata alam dan buatan yang ada di kawasan Desa Senanggalih agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dengan cara memberikan fasilitas kepada masyarakat, pelaku usaha, dan pokdarwis sehingga wisata yang dibangun menjadi lebih efektif. Desa Senanggalih juga dapat lebih terbuka dengan pelaku usaha ataupun wisata lain sehingga relasi yang didapat lebih luas dan jaringan yang didapatkan bisa menjadi peluang utama untuk memajukan wisata di Desa Senanggalih. Desa Pringgasele juga dapat memberikan fasilitas dan ruang untuk para pelaku wisata di Desa Senanggalih baik dari

promosi yang dilakukan ataupun kegiatan-kegiatan bazar yang dilakukan para UMKM sehingga hal ini akan menjadi suatu dorongan untuk potensi-potensi yang ada di Desa Senanggalih melalui promosi dari media sosial dan pameran tingkat nasional, bahkan internasional. Pariwisata yang dimiliki Desa Senanggalih perlu adanya pengembangan yang lebih agresif karena melihat peluang yang dimiliki Desa ini sangatlah bermanfaat baik bagi pemerintah desa maupun masyarakat sekitar untuk menunjang perekonomian baik dari membangun penginapan yang berbintang untuk para wisatawan mancanegara.

8. Desa Wisata Sugian

Wisata menjadi tempat yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan dengan menikmati beberapa keindahan alam dan buaatannya seperti potensi wisata yang dimiliki oleh desa yang menjadi Desa Wisata. Akan tetapi desa wisata memerlukan beberapa konsep kedepannya untuk memberikan suatu ciri khas yang dimiliki oleh desa wisata untuk mengundang daya Tarik bagi wisatawan nusantaran ataupun wisatawan mancanegara. Desa wisata juga memerlukan beberapa kegiatan atau event yang dapat mengembangkan potensi wisata baik berupa wisata alam, budaya, ataupun perkebunan.

Salah satu desa wisata yang mengalami perkembangan di Kabupaten Lombok Timur adalah Desa Sugian. Hal ini menjadikan Desa Sugian memiliki banyak potensi-potensi yang dapat dikembangkan dengan menyeluruh. Salah satunya yaitu dengan cara melakukan strategi differensiasi guna untuk melakukan pemberdayaan dan pengembangan potensi wisata baik berupa wisata alam yang memiliki ciri khas tersendiri dan potensi perkebunan kacang mete yang dapat diolah rekreasi mungkin untuk dapat menghindari ancaman yang akan datang dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dengan cara terus melakukan inovasi baru dalam mengembangkan wisata yang ada di Desa Sugian.

Dalam melakukan pengembangan desa wisata yang ada di Desa Sugian, pemerintah desa mampu untuk menjalankan wisata semaksimal mungkin dan memberikan perhatian khusus kepada masyarakat ataupun pengelola wisata untuk dapat mengembangkan dan melestarikan potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Sugian. Pemerintah desa juga mampu memberikan bantuan kepada masyarakat untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar melalui pariwisata sehingga akan menghasilkan Desa Sugian menjadi Desa Wisata yang kaya akan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusianya.

Desa Sugian mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: potensi wisata gili lawang, gili sulat, hutan magrove dan makam kramat suci, mempunyai produk UMKM dari kelompok wanita tani, memiliki potensi perkebunan kacang mete. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Sugian menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sugian, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sugian

Tabel 2.8.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Potensi Wisata Gili Lawang , Gili Sulat , Hutan Magrove dan Makam Kramat Suci		W1 tempat penginapan belum memadai
S2	Mempunyai Produk UMKM dari Kelompok Wanita Tani		W2 belum optimalnya pengelolaan air bersih
S3	Pengelola Wisata di Kembangkan Oleh Pokdarwis yang Bernaung di Bumdes		W3 kreativitas pengelola wisata belum optimal
S4	Mempunyai Produk UMKM Unggulan		W4 belum maksimalnya kesadaran masyarakat dalam membuang sampah

S5	Memiliki Daerah Untuk Dijadikan Wisata Camping Ground	W5	petunjuk arah menuju wisata belum ada
S6	Adanya Kebudayaan yang Masih Terjaga	W6	akses jalan menuju tempat wisata belum maksimal
S7	Memiliki Potensi Perkebunan Kacang Mete	W7	fasilitas yang disediakan belum maksimal
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Memiliki Banyak Potensi yang dapat di Kembangkan	T1	Belum Maximalnya Pengelola Menjaga Makam Kramat
O2	Membuka Peluang Pekerjaan di KWT Maju Bersama	T2	Potensi Bencana Alam Bisa Merusak Makam dan Hutan Mangrove Di Terjang Ombak Besar
O3	Banyaknya Potensi Gili Yang Sudah Dikenal Oleh Wisatawan Asing	T3	Tidak Adanya Petunjuk Arak Menuju Lokasi Wisata
O4	Selalu Melakukan Kerjasama Dalam Mengadakan Event Untuk Pariwisata Budaya	T4	Belum Memiliki Akses Jalan Wisata yang Mendukung
O5	Hasil Perkebunan Kacang Mete Berpeluang Ekspor	T5	Lokasi Wisata yang Sangat Jauh dari Perkotaan
O6	Masyarakat yang Bersikap Ramah	T6	Belum Adanya Paket Wisata yang Disediakan Oleh Pengelola Wisata
O7	Lingkungan di Desa Sugian Asri	T7	Pokdarwis Belum Maximal

		Berkontribusi Dalam Pariwisata
--	--	--------------------------------

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 2.8.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata gili lawing, gili sulat, hutan mangrove dan makam kramat suci 2. Mempunyai produk UMKM dari kelompok tani 3. Pengelola wisata di kembangkan oleh pokdarwis yang bernaung di bumdes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penginapan belum memadai 2. Belum optimalnya pengelolaan air bersih 3. Kreativitas wisata belum optimal 4. Belum maksimalnya kesadaran Masyarakat dalam membuang sampah
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 4. Mempunyai produk UMKM unggulan 5. Memiliki daerah untuk dijadikan wisata camping ground 6. Adanya kebudayaan 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Petunjuk arah menuju wisata belum ada 6. Akses jalan menuju tempat wisata belum maksimal 7. Fasilitas yang disediakan belum maksimal

	yang masih terjaga 7. Memiliki potensi perkebunan kacang mete	
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak potensi yang dapat di kembangkan 2. Membuka peluang pekerjaan di KWT maju bersama 3. Banyaknya potensi gili yang sudah dikenal oleh wisata asing 4. Selalu melakukan Kerjasama dalam mengadakan event untuk pariwisata budaya 5. Hasil perkebunan kacang mete berpeluang budaya 6. Masyarakat yang bersikap ramah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa bisa lebih memanfaatkan potensi potensi yang ada di desa sugian untuk dapat dijadikan sebagai tempat wisata 2. Pemerintah desa dapat lebih membantu dan memfasilitasi UMKM unggulan salah satunya KWT yang ada di Desa Sugian untuk meningkatkan pemasaran dan pendapatannya 3. Pemerintah desa dapat mengajak Masyarakat sekitar untuk dapat mengelola dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelola wisata dapat mempoles potensi wisata yang ada di Desa Sugian untuk dapat menarik perhatian wisatawan dengan memberikan ciri khas tersendiri dari Desa Sugian 2. Pemerintah desa dapat mengatasi masalah air bersih dengan cara memanfaatkan Masyarakat untuk dapat menjaga lingkungan sekitar 3. Pokdarwis ataupun pemerintah desa dapat memberikan arahan kepada Masyarakat

<p>7. Lingkungan di desa sugian asri</p>	<p>menjaga wisata yang sudah terkenal</p> <p>4. Pemerintah desa dapat meningkatkan kontribusi Masyarakat sekitar dalam pengembangan potensi yang ada di Desa Sugian</p>	<p>untuk dapat mengembangkan kreativitas dari potensi yang dimiliki Desa Sugian</p> <p>4. Pemerintah desa ataupun tokoh Masyarakat dapat mengajak Masyarakat dalam menjaga kebersihan pada kegiatan penting ataupun kegiatan sehari-hari</p>
<p>Threats (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<p>1. Belum maksimalnya pengelola menjaga makam kramat</p> <p>2. Potensi bencana alam bisa merusak makam dan hutan mangrove di terjang ombak besar</p> <p>3. Tidak adanya petunjuk arah menuju lokasi wisata</p> <p>4. Belum memiliki akses jalan wisata</p>	<p>1. Masyarakat setempat dapat memberikan suatu kreativitas dalam mengelola potensi yang ada Desa Sugian seperti memberikan souvenir kepada para wisatawan</p> <p>2. Pemerintah desa dapat menanggulangi atau meminimalisir terjadinya bencana alam</p>	<p>1. Pengelola wisata dapat memaksimalkan pengelolaannya di tempat wisata</p> <p>2. Pemerintah desa dapat meningkatkan Kerjasama dengan Masyarakat setempat untuk dapat mengelola wisata menjadi lebih baik</p> <p>3. Pemerintah desa ataupun tokoh masyarakat dapat merangkul pemuda untuk</p>

<p>yang mendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Lokasi wisata yang sangat jauh dari perkotaan 6. Belum adanya paket wisata yang disediakan oleh pengelola wisata 7. Pokdarwis belum maksimal berkontribusi dalam pariwisata 	<p>dengan bekerja sama dengan Masyarakat untuk menanam atau menciptakan hutan mangrove</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pengelola wisata dapat lebih berkreasi untuk menjadikan wisata di Desa Sugian ini berbeda dari wisata lain 4. Pemerintah desa dapat memanfaatkan UMKM unggulan dalam melakukan bazar di sekitaran tempat wisata Desa Sugian 	<p>dapat berkreasi dalam desa</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Pemerintah desa dapat memaksimalkan sarana dan prasarana yang ada di Desa Sugian untuk dapat menarik perhatian para wisatawan
--	--	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 2.8.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
potensi wisata gili lawang , gili sulat , hutan magrove dan makam kramat suci	0.19	4	0.76
mempunyai produk UMKM dari kelompok wanita tani	0.22	5	1.1
pengelola wisata di kembangkan oleh pokdarwis yang bernaung di bumdes	0.2	4	0.8
mempunyai produk UMKM unggulan	0.21	5	1.05
Memiliki daerah untuk dijadikan wisata camping ground	0.16	4	0.64
adanya kebudayaan yang masih terjaga	0.15	3	0.45
memiliki potensi perkebunan kacang mete	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.32		5.56
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>			
tempat penginapan belum memadai	0.12	3	0.36

belum optimalnya pengelolaan air bersih	0.18	4	0.72
kreativitas pengelola wisata belum optimal	0.15	3	0.45
belum maksimalnya kesadaran masyarakat dalam membuang sampah	0.15	3	0.45
petunjuk arah menuju wisata belum ada	0.19	4	0.76
akses jalan menuju tempat wisata belum maksimal	0.17	4	0.68
fasilitas yang disediakan belum maksimal	0.12	3	0.36
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.08		3.78
S-W=X	1.78		

Tabel 2.8.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Memiliki banyak potensi yang dapat di kembangkan	0.23	5	1.15
Membuka peluang pekerjaan di KWT maju bersama	0.2	4	0.8
Banyaknya potensi gili yang sudah dikenal oleh wisatawan asing	0.2	4	0.8

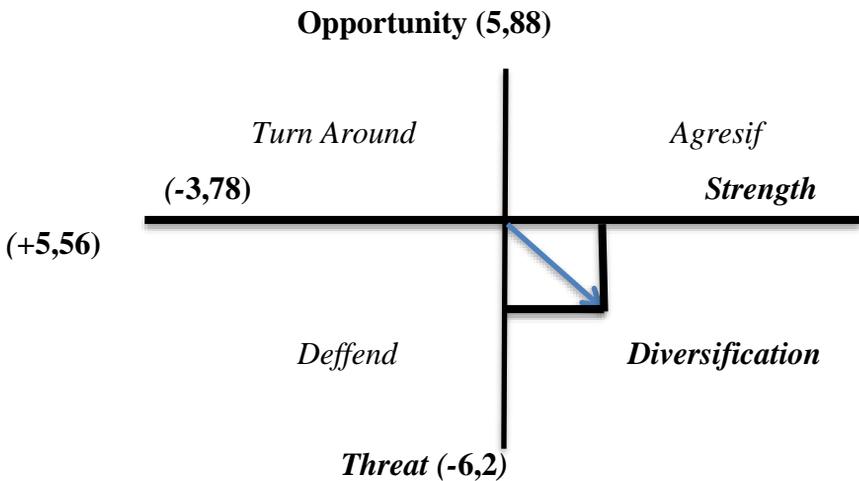
Selalu melakukan kerjasama dalam mengadakan kerjasama untuk pariwisata budaya	0.21	5	1.05
Hasil perkebunan kacang mete berpeluang ekspor	0.18	4	0.72
Masyarakat yang bersikap ramah	0.18	4	0.72
Lingkungan di desa sugian asri	0.16	4	0.64
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.36		5.88
<i>Threat (Ancaman)</i>			
belum maksimalnya pengelola menjaga makam kramat	0.21	5	1.05
potensi bencana alam bisa merusak makam dan hutan mangrove di terjang ombak besar	0.2	4	0.8
tidak adanya petunjuk arak menuju lokasi wisata	0.19	4	0.76
belum memiliki akses jalan wisata yang mendukung	0.22	5	1.1
lokasi wisata yang sangat jauh dari perkotaan	0.21	5	1.05
belum adanya paket wisata yang disediakan oleh pengelola wisata	0.2	4	0.8
Pokdarwis belum maksimal berkontribusi dalam pariwisata	0.16	4	0.64
Jumlah Threat (Ancaman)	1.39		6.2
O-T==X	-0.32		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

- Strength* : 5,56
- Weaknesses* : (-3,78)
- Opportunity* : 5,88
- Threats* : (-6,2)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 1,78 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar (-0,32) yang dapat dilihat pada Grafik 2.8. di bawah ini :

Grafik 2.8.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 2.8.5 di bawah ini:

Tabel 2.8.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $5,56 + 5,88 = 11,44$	Strategi WO : $(-3,78) + 5,88 = 2,1$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $5,56 + (-6,2) = (-0,64)$	Strategi WT : $(-3,78) + (-6,2) = (-9,98)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 2.8. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sambelia, Desa Sugian berada pada Kuadran II yaitu *Diversification/Diffrentsiasi*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran II *Diversification/Diffrentsiasi* adalah situasi yang meminimalkan ancaman dengan menggunakan kekuatan sebaik mungkin. Kawasan Sugian memiliki kekuatan dan ancaman yang sangat

tinggi sehingga desa tersebut akan berkreasi sebaik mungkin untuk dapat meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Sugian. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah memberikan ciri khas dari Desa Wisata Sugian dengan cara lebih memperkuat kekuatan yang dimilikinya dan meminimalisir ancaman yang akan datang.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan Analisis SWOT Yaitu:

Kuadran II: Mendukung Strategi ST (Kekuatan dan Ancaman)

Meskipun menghadapi ancaman, organisasi ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan strategi kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi. Berdasarkan hasil identifikasi dan eksplorasi yang ada di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Sambelia,

Desa Sugian menggunakan Strategi ST (*Strengths-Threats*) yang dapat dilakukan adalah dengan bekerja sama dengan Masyarakat setempat untuk membangun suatu kreativitas yang dapat menjadi ciri khas dari suatu desa dengan cara membuat souvenir khas dari Desa Sugian, pemerintah desa juga dapat menanggulangi dan meminimalisir terjadinya bencana karena Desa Sugian ini berada pada kawasan bibir Pantai sehingga pemerintah desa ataupun masyarakat setempat dapat melakukan penghijauan dan menciptakan hutan bakau, pengelola wisata dapat berkreasi untuk menjadikan wisata di Desa Sugian ini berbeda dari wisata lain dengan cara memberikan suatu sentuhan khas lokal dan budaya dari Masyarakat sekitar atau melakukan atraksi budaya di Desa Sugian di tiap adanya wisatawan asing yang datang. Pemerintah desa dapat memanfaatkan sebaik mungkin UMKM unggulan dan potensi pertaniannya dalam melakukan promo besar besaran melalui bazar sehingga wisatawan asing dapat menikmati Sumber Daya Alam yang ada di Desa Sugian.

BAB III

DESA WISATA KAWASAN PEGUNUNGAN

A. Desa Wisata Kawasan Pegunungan

Desa wisata pegunungan adalah sebuah desa yang menjadi salah satu tempat wisata populer karena berada di daerah pegunungan. Desa ini mampu menawarkan pengalaman yang unik dan menarik bagi wisatawan yang mencari udara segar, pemandangan pegunungan yang memikat serta, suasana alam yang indah.

B. Eksplorasi Desa Wisata Kawasan Pegunungan

Kekayaan Alam Pulau Lombok terletak pada banyak variasi potensi wisata yang tersedia dalam satu Pulau. Gunung Rinjani, Aliran Air melalui sungai, Pantai, Budaya beserta potensi lain menjadi karunia tersendiri. Wisata pegunungan menjadi salah satu tempat favorit bagi para wisatawan yang memiliki beberapa keindahan alam baik berupa dari pegunungannya yang memanjakan mata, dan memiliki pemandangan matahari terbit ataupun matahari terbenam, dapat dilihat dari beberapa desa wisata alam di bawah ini:

1. Desa Wisata Sembalun Bumbung

Desa wisata merupakan salah satu potensi yang dimiliki desa bahwa desa tersebut memiliki banyak potensi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat

sekitar baik berupa wisata pantai, pegunungan, buatan, ataupun budaya. Hanya saja desa wisata mampu untuk membuat konsep inovasi baru dan pengembangan yang lebih agresif untuk meningkatkan perhatian wisatawan nusantara ataupun mancanegara. Desa perlu melakukan beberapa kegiatan untuk dapat meningkatkan potensi wisata dan melakukan branding yang lebih maksimal untuk mencapai tujuan dari Desa Wisata itu sendiri.

Salah satu desa wisata yang berkembang di Lombok Timur adalah Desa Sembalun Bumbung yang memiliki keanekaragaman wisata alam, bahkan buatan juga yang memberikan kesan kepada wisatawan. Dalam melakukan pengembangan potensi yang ada di Desa Sembalun Bumbung pemerintah desa memerlukan beberapa strategi yang benar-benar agresif dalam melakukan pengembangan daerah wisata. Selain strategi yang harus dilakukan, pemerintah desa juga mampu secara maksimal dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan peningkatan dalam pemberdayaan potensi yang dimiliki Sembalun Bumbung.

Pengembangan desa wisata yang ada di Desa Sembalun Bumbung berjalan dengan baik dikarenakan desa wisata mampu menciptakan SDM yang berkualitas dan masyarakat yang sadar akan daerah wisata, pemerintah desa juga mampu memanfaatkan

potensi-potensi lainnya untuk dapat di lakukan untuk melakukan pengembangan wisata di daerah Sembalun Bumbung baik berupa wisata alam, buatan, dan budaya yang dapat dilestarikan dan diperkenalkan kepada wisatawan secara meluas.

Desa Sembalun Bumbung mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun wisata alam, buatan, ataupun budaya yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki bukit sempana dan nangi, Memiliki wisata budaya tarian tadang mendet, UMKM kopi, petani kopi ataupun *home stay* yang ada di Desa Sembalun Bumbung. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Sembalun Bumbung menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sembalun Bumbung, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sembalun Bumbung.

Tabel 3.1.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Banyaknya Potensi Alam yang Dimiliki Desa Sembalun Bumbung	W1	Belum Maximalnya Kontribusi

			Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata
S2	Memiliki Bukit Sempana dan Nanggi	W2	Akses Jalan Menuju Tempat Wisata di Desa Sembalun Lawang Belum Memadai
S3	Memiliki Wisata Budaya Tarian Tadang Mendet	W3	Fasilitas yang Disediakan Belum Optimal
S4	Hasil Pertanian dan Perkebunan Melimpah	W4	Pengelolaan Wisata di Sembalun Bumbung Belum Optimal
S5	Memiliki Produk UMKM Unggulan	W5	Peran Bumdes Dalam Pariwisata Masih Belum Optimal
S6	Kawasan Sembalun Bumbung Masih Asri	W6	Pemuda yang Belum Maksimal Mengelola Potensi SDA di Desa Sembalun Lawang
S7	Banyaknya Spot Wisata di Kawasan Sembalun Bumbung	W7	Pertanian di Sembalun Bumbung Belum Optimal
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Wisatawan Mancanegara Datang Berkunjung ke Daerah Wisata Sembalun Bumbung	T1	Masuknya Budaya Luar ke Desa Sembalun Bumbung
O2	Jaringan Internet Sangat Mendukung	T2	Kawasan Sembalun

			Bumbang Rawan Bencana
O3	Hasil Perkebunan dan Pertanian Menjadi Daya Tarik Wisatawan	T3	Tempat Wisata Sulit dijangkau Oleh Wisatawan
O4	Banyaknya Tempat Penginapan yang disediakan Untuk Wisatawan	T4	Banyaknya Kesamaan Wisata Sembalun Bumbang Dengan Desa Tetangga
O5	Banyak Mengadakan Event di Desa Sembalun Bumbang	T5	Masyarakat Lokal Belum Maksimal Dalam Melakukan Pelayanan Kepada Wisatawan
O6	Peran Pemerintah dan Masyarakat Desa Berkontribusi Besar Dalam Pembangunan Pariwisata	T6	Pemerintah Pusat Belum Maksimal Dalam Pendampingan Daerah Wisata
O7	Wisata di Sembalun Bumbang Sudah Go Internasional	T7	Tingkat Pendidikan di Sembalun Bumbang Masih Belum Optimal

Hasil Analisis SWOT melalui tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 3.1.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	1. Banyaknya potensi alam yang dimiliki Desa Sembalun Lawang	1. Belum maksimalnya kontribusi pemerintah desa dalam

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 2. Memiliki bukit sempana dan nanggi 3. Memiliki wisata budaya tarian tadang mendet 4. Hasil pertanian dan perkebunan melimpah 5. Memiliki produk UMKM unggulan 6. Kawasan Sembalun Bumbung masih asri 7. Banyaknya spot wisata di Kawasan Sembalun Bumbung 	<p>pengembangan wisata</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Akses jalan menuju tempat wisata di desa sembalun lawing belum memadai 3. Fasilitas yang disediakan belum optimal 4. Pengelolaan wisata di Sembalun Bumbung belum optimal 5. Peran BUMDes dalam pariwisata belum optimal 6. Pemuda yang belum maximal mengelola potensi SDA di Desa Sembalun Bumbung 7. Pertanian di Sembalun Bumbung belum optimal
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Wisatawan mancanegara datang berkunjung ke daerah wisata	1. Potensi alam yang banyak dapat lebih dimaksimalkan lagi fasilitas untuk kepentingan	1. Pemerintah desa dapat mengatur ulang strategi untuk mengembangkan wisata untuk mengedepankan

<p>Semalun Bumbang</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Jaringan internet sangat mendukung 3. Hasil perkebunan dan pertanian menjadi daya tarik wisatawan 4. Banyaknya tempat penginapan yang disediakan untuk wisatawan 5. Banyak mengadakan event di Desa Semalun Bumbang 6. Peran pemerintah dan masyarakat desa berkontribusi besar dalam pembangunan pariwisata 7. Wisata di Semalun Bumbang sudah go internasional 	<p>wisatawan yang berkunjung</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pemerintah desa dapat memperluas jaringan hingga perbukitan 3. Pemerintah desa dapat memaksimalkan destinasi wisata pertanian, perkebunan dan budaya untuk menjadi daya tarik wisatawan 4. Pemerintah desa maupun pengelola dapat memaksimalkan lokasi penginapan yang mendukung potensi alam yang dimiliki 5. Pemerintah desa dapat memanfaatkan event event yang di selenggarakan di Semalun Bumbang untuk mempromosikan lagi UMKM unggulannya 6. Masyarakat dapat 	<p>jumlah wisatawan yang akan meningkat</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pemerintah desa dapat memperbaiki akses jalan ke tempat wisata 3. Pemerintah desa atau pokdarwis dapat mengajak wisatawan untuk berkunjung ke daerah perkebunan dan pertanian di Semalun Bumbang 4. Pemerintah desa atau pengelola wisata dapat diberikan pelatihan untuk dapat mengelola wisata dengan baik 5. Pemerintah desa dapat melibatkan BUMDes dalam event event yang ada di Desa Semalun Bumbang 6. Pemerintah desa ataupun para tokoh masyarakat dapat
---	--	--

	<p>melestarikan budaya dan tradisi yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung untuk menjadi daya tarik wisatawan</p> <p>7. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat lebih agresif lagi dalam pengembangan wisata yang ada di Sembalun Bumbung</p>	<p>memberikan pemahaman kepada pemuda di Sembalun Bumbung untuk dapat mengelola dan melestarikan potensi SDA yang ada di Sembalun Bumbung</p> <p>7. Pemerintah desa dapat lebih memerhatikan hasil pertaniannya untuk menjaga daya tarik wisatawan akan hasil pertanian di Sembalun Bumbung</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Masuknya budaya luar ke Desa Sembalun Bumbung</p> <p>2. Kawasan Sembalun Bumbung rawan bencana</p> <p>3. Tempat wisata sulit dijangkau oleh wisatawan</p>	<p>1. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat melakukan sebuah inovasi atau akulturasi budaya dengan mengedepankan potensi alam dan budaya yang ada di Desa Sembalun Bumbung</p> <p>2. Pemerintah desa dapat lebih</p>	<p>1. Pemerintah desa dapat menjaga dan melestarikan budaya lokal di bidang pariwisata untuk dapat menjaga masyarakat dari budaya luar</p> <p>2. Pemerintah desa dapat siap siaga jika terjadinya bencana alam untuk dapat</p>

<p>4. Banyaknya kesamaan wisata Sembalun Bumbung dengan desa tetangga</p> <p>5. Masyarakat lokal belum maksimal dalam melakukan pelayanan kepada wisatawan</p> <p>6. Pemerintah pusat belum maksimal dalam pendampingan daerah wisata</p> <p>7. Tingkat Pendidikan di Sembalun Bumbung masih belum optimal</p>	<p>memerhatikan keselamatan para wisatawan dengan cara selalu memberikan peringatan jika cuaca yang tidak mendukung</p> <p>3. Tempat wisata yang sulit dijangkau dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memberikan suatu pameran budaya di hari-hari tertentu</p> <p>4. Pemerintah desa maupun pokdarwis dapat membuat suatu inovasi yang menjadi ciri khas wisata di Sembalun Bumbung</p> <p>5. Pemerintah desa terutama ibu PKK dapat memanfaatkan UMKM yang ada di Desa Sembalun Bumbung untuk di berikan pelatihan dan</p>	<p>memberikan perlindungan untuk masyarakat ataupun wisatawan</p> <p>3. Pemerintah desa dapat memanfaatkan masyarakat sekitar dalam mendampingi para wisatawan baik untuk fasilitas dan tour guide</p> <p>4. Pengelola wisata yang di Sembalun Bumbung dapat dimaksimalkan lagi dan menjalin kerjasama dengan pengelola wisata lain</p> <p>5. Masyarakat di Desa Sembalun Bumbung dapat mempertahankan potensi wisata alamnya</p> <p>6. Pokdarwis dapat menjalin kerja sama dengan masyarakat setempat untuk mengembangka</p>
--	--	---

	<p>penangan terkait pemasaran</p> <p>6. Daerah Sembalun Bumbung yang masih asri dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berkreasi dalam pembangunan tempat wisata atau rest area</p> <p>7. Pemerintah desa dapat mengedepankan Pendidikan dan pariwisata untuk dapat meningkatkan SDM</p>	<p>n pemasaran wisatanya</p> <p>7. Pemerintah desa dapat melakukan pemberdayaan masyarakat untuk dapat menjaga tingkat Pendidikan dan kebersihan di Desa Sembalun Bumbung</p>
--	--	---

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumanry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 3.1.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Strength (Kekuatan)			
Banyaknya potensi alam yang dimiliki Desa Sembalun Lawang	0.2	4	0.8
Memiliki bukit sempana dan nanggi	0.21	5	1.05
Memiliki wisata budaya tarian tadang mendet	0.21	5	1.05
Hasil pertanian dan perkebunan melimpah	0.19	4	0.76
Memiliki produk UMKM unggulan	0.15	3	0.45
Kawasan Sembalun Bumbung masih asri	0.16	4	0.64
Banyaknya spot wisata di Kawasan Sembalun Bumbung	0.17	4	0.68
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.29		5.43
Weaknesses (Kelemahan)			
Belum maksimalnya kontribusi pemerintah desa dalam pengembangan wisata	0.14	3	0.42
Akses jalan menuju tempat wisata di desa	0.15	3	0.45

sembalun lawang belum memadai			
fasilitas yang disediakan belum optimal	0.12	3	0.36
Pengelolaan wisata di Sembalun Bumbung belum optimal	0.19	4	0.76
Peran Bumdes dalam pariwisata masih belum optimal	0.17	4	0.68
Pemuda yang belum maksimal mengelola potensi SDA di Desa Sembalun Lawang	0.15	3	0.45
Pertanian di Sembalun Bumbung belum optimal	0.21	5	1.05
Jumlah (Kelemahan)	1.13		4.17
S-W=X	1.26		

Tabel 3.1.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analisis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Opportunity (Peluang)			
Wisatawan mancanegara datang berkunjung ke daerah wisata Sembalun Bumbung	0.21	5	1.05
Jaringan internet sangat mendukung	0.17	4	0.68

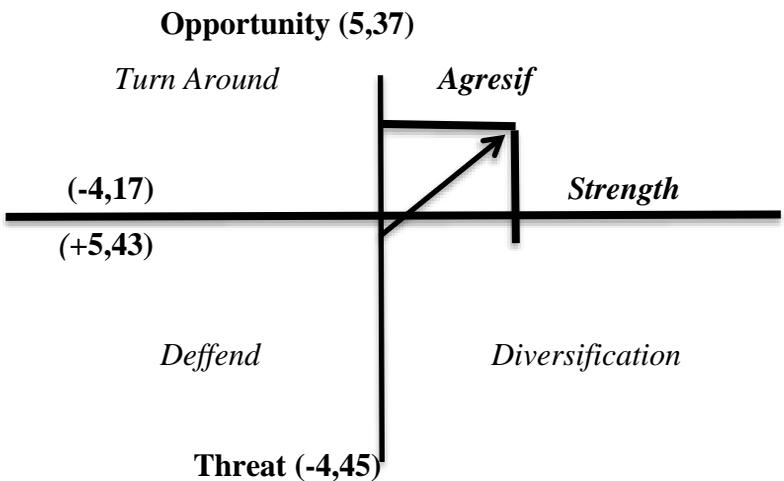
Hasil perkebunan dan pertanian menjadi daya tarik wisatawan	0.18	4	0.72
Banyaknya tempat penginapan yang disediakan untuk wisatawan	0.15	3	0.45
Banyak mengadakan event di Desa Sembalun Bumbung	0.16	4	0.64
Peran pemerintah dan masyarakat desa berkontribusi besar dalam pembangunan pariwisata	0.17	4	0.68
Wisata di Sembalun Bumbung sudah go internasional	0.23	5	1.15
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.27		5.37
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Masuknya budaya luar ke Desa Sembalun Bumbung	0.15	3	0.45
Kawasan Sembalun Bumbung rawan bencana	0.21	5	1.05
Tempat wisata sulit dijangkau oleh wisatawan	0.16	4	0.64
Banyaknya kesamaan wisata Sembalun Bumbung dengan desa tetangga	0.2	4	0.8
Masyarakat lokal belum maksimal dalam melakukan pelayanan kepada wisatawan	0.12	3	0.36
Pemerintah pusat belum maksimal dalam pendampingan daerah wisata	0.13	3	0.39
Tingkat Pendidikan di Sembalun Bumbung masih belum optimal	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Threat (Ancaman)</i>	1.16		4.45
O-T==X	0.92		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

<i>Strength</i>	: 5,43
<i>Weaknesses</i>	: (-4,17)
<i>Opportunity</i>	: 5,37
<i>Threats</i>	: (-4,45)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 1,26 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,92 yang dapat dilihat pada Grafik 3.1.1 di bawah ini :

Grafik 3.1.1
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam *Grafik* SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.5 di bawah ini:

Tabel 3.1.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $5,43 + 5,37 = 10,8$	Strategi WO : $(-4,17) + 5,37 = 1,2$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $5,43 + (-4,45) = 0,98$	Strategi WT : $(-4,17) + (-4,45) = (-8,62)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 3.1.1 Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sembalun, Desa Sembalun Bumbung berada pada Kuadran I yaitu *Agresif*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran I *Agresif* adalah situasi yang dapat memaksimalkan lagi kekuatan dan peluang yang dimiliki suatu organisasi ataupun perusahaan. Kawasan

Semalun Bumbung memiliki kekuatan dan peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan lebih agresif lagi dalam meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Semalun Lawang. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mengatur ulang strategi yang dibutuhkan dengan cara memanfaatkan sebaik mungkin kekuatan dan peluang yang dimilikinya.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari Strength dan Opportunities merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi agresif dalam artian mengambil beberapa langkah yang lebih agresif lagi dalam melakukan pengembangan yang dimiliki baik secara internal ataupun eksternal. Hasil

wawancara untuk melakukan identifikasi potensi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Sembalun di Desa Sembalun Bumbung, strategi SO (Strength - Opportunities) yang dapat dilakukan adalah: pemerintah desa, pokdarwis ataupun masyarakat dapat memanfaatkan potensi alam untuk dapat di kembangkan lagi untuk mewujudkan wisata yang internasional dengan cara bekerja sama dengan agent travel dan memberikan paket wisata yang unik dan murah bagi wisatawan, pemerintah desa juga dapat memperluas jaringan internet sehingga para wisatawan yang berkunjung ke wisata pertanian, perkebunan, perbukitan, dan budaya tidak mengalami kendala mengenai jaringan internet, pemerintah desa juga dapat memaksimalkan lokasi penginapan yang mendukung potensi pertanian, perkebunan dan lebih menjaga fasilitas yang dibangun oleh pemerintah desa, pemerintah desa juga dapat memanfaatkan berbagai ebent yang di selenggarakan di Sembalun Bumbung untuk dapat memperkenalkan UMKM unggulan yang dimilikinya, masyarakat juga dapat melestarikan budaya dan tradisi yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung untuk memikat daya tarik wisatawan.

2. Desa Wisata Sembalun Lawang

Daerah pegunungan dapat menciptakan berbagai tempat wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan baik berupa wisata alam pegunungan, perbukitan, pertanian, perkebunan, hutan, budaya dan wisata buatan seperti yang dimiliki oleh Desa Sembalun Lawang yang memiliki banyak sekali potensi wisata yang dapat dikembangkan. Desa Sembalun Lawang menjadi tempat favorit bagi wisatawan untuk menikmati pertanian dan perkebunan bahkan perbukitan yang menjadi ciri khas utama dari wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang. Desa Sembalun Lawang memiliki kawasan yang beriklim dingin sama seperti Desa Sembalun, dan Sembalun Bumbung sehingga hal ini menyajikan kawasan daerah Sembalun memiliki kawasan yang sangat asri dan sejuk.

Desa Wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan dikarenakan potensi alam yang sangat indah dan sejuk, sehingga hal ini menjadi salah satu ciri khas dari Desa Sembalun Lawang. Akan tetapi banyaknya potensi yang dimiliki oleh Desa Sembalun Lawang belum maksimal dikarenakan dapat dilihat dari hasil analisis diatas bahwa Sembalun Lawang perlu melakukan tindakan ulang dalam mengelola wisata dan

penataan objek-objek wisata untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang. Sehingga pemerintah desa perlu melakukan beberapa strategi guna untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh Desa Sembalun Lawang dan meminimalkan kelemahan yang ada dan mampu untuk melakukan sebuah inovasi baru dalam mengelola wisata dengan baik.

Dapat dilihat dari keadaan Desa Sembalun Lawang hal ini tentu menjadi peluang yang sangat besar dalam melakukan branding wisata, dan mengembangkan wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang. Oleh karena itu pemerintah desa mampu untuk mengidentifikasi ulang terkait potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang. Karena dapat dilihat bahwa peluang dan potensi yang dimiliki oleh Desa Sembalun Lawang mampu untuk bersaing.

Desa Sembalun Lawang mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki rumah adat Bale Belek, Hasil pertanian dan perkebunan cukup melimpah, Adanya papan informasi menuju tempat wisata dan memiliki *home stay*. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Sembalun Lawang menggunakan analisis SWOT

dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threath* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sembalun Lawang.

Tabel 3.2.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Memiliki Potensi Alam yang Sangat Indah	W1	Kurangnya Kontribusi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata
S2	Menjadi Tempat Wisata Unggulan	W2	Akses Jalan Menuju Tempat Wisata di Desa Sembalun Lawang Tidak Memadai
S3	Memiliki Rumah Adat Bale Belek	W3	Kamar Mandi yang disediakan Tidak Bersih
S4	Hasil Pertanian dan Perkebunan Cukup Melimpah	W4	Pengelolaan Wisata Masih Belum Optimal
S5	Adanya Papan Informasi Menuju Tempat Wisata	W5	Strategi Promosi yang Belum Maksimal Melalui Media Sosial
S6	Sarana dan Prasarana Sangat Memadai	W6	Belum Mendapatkan Pendanaan Pengembangan Wisata Dari Desa
S7	Kawasan Wisata di Sembalun Lawang Bersih	W7	Wisata di Sembalun Lawang Banyak Kesamaan Dari Desa Tetangga
NO	FAKTOR EKSTERNAL		

OPPORTUNITIES		THREATS	
O1	Banyaknya Cafe yang Disediakan Untuk Wisatawan	T1	Adanya Pengaruh Budaya Dari Luar
O2	Hasil Perkebunan dan Pertanian Sudah Mencapai Ekspor Lokal dan Nasional	T2	Cuaca yang Cukup Ekstrim
O3	Jaringan Internet Sangat Mendukung	T3	Tempat Wisata Belum Tertata Dengan Rapi
O4	Adanya Tempat Penginapan Untuk Wisatawan	T4	Jalan Menuju Tempat Wisata Kurang Bagus
O5	Tempat Wisata Bale Belek Mendapatkan Bantuan Pengembangan Dari Pemerintah Daerah	T5	Persaingan Dengan Destinasi Wisata Lain
O6	Banyaknya Wisatawan Asing Berdatangan	T6	Ketidaksiapan Masyarakat Dalam Pembangunan Pariwisata
O7	Menjadi Tempat Jalur Pendakian Bukit	T7	Pemerintah Desa Belum ada Berkontribusi Dalam Pembangunan Pariwisata

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 3.2.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	Strengths	Weaknesses
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam yang sangat indah 2. Menjadi tempat wisata unggulan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kontribusi pemerintah desa dalam pengembangan wisata

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memiliki rumah adat bale belek 4. Hasil pertanian dan perkebunan cukup melimpah 5. Adanya papn informasi menuju tempat wisata 6. Sarana dan prasarana sangat memadai 7. Kawasan wisata di sembalun lawang bersih 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Akses jalan menuju tempat wisata di desa sembalun lawang tidak memadai 3. Kamar mandi yang disediakan tidak bersih 4. Pengelolaan wisata masih belum optimal 5. Strategi prmosi yang belum maksimal melalui media sosial 6. Belum mendapatkan pendanaan pengembangan wisata dari Desa 7. Wisata di sembalun lawang banyak kesamaan dari desa tetangga
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya cafe yang disediakan untuk wisatawan 2. Hasil perkebunan dan pertanian sudah mencapai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam yang banyak dapat lebih dimaksimalkan fasilitas untuk kepentingan wisatawan yang berkunjung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat mengatur ulang strategi untuk mengembangkan wisata dengan berbagai inovasi yang baru

<p>ekspor lokal dan nasional</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Jaringan internet sangat mendukung 4. Adanya tempat penginapan untuk wisatawan 5. Tempat wisata bale belek mendapatkan bantuan pengembangan dari pemerintah daerah 6. Banyaknya wisatawan asing berdatangan 7. Menjadi tempat jalur pendakian bukit 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Potensi perkebunan dan pertanian dapat dijadikan sebagai destinasi wisata 3. Adanya wisata bale belek yang dapat di kembangkan pemasarannya melalui media sosial 4. Masyarakat dapat memanfaatkan potensi pertanian dan perkebunan menjadi paket wisata untuk wisatawan yang menginap di sembalun lawing 5. Wisata bale belek yang sudah dapat bantuan dari pemerintah daerah dapat dimanfaatkan untuk menjalin 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pemerintah desa memperbaiki akses jalan menuju daerah wisata 3. Fasilitas yang disediakan dapat lebih maksimal lagi 4. Pengelola wisata dapat lebih optimal dalam menyediakan tempat penginapan 5. Wisata bale belek dapat mengandalkan promosi dari media sosial 6. Wisatawan asing yang datang berkunjung dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai tour guide ataupun pendamping wisatawan
---	---	---

	<p>kerja sama lebih lanjut</p> <p>6. Sarana dan prasarana yang terjaga dapat dimaksimalkan lagi dengan menghias akses jalan menuju wisata</p>	
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pengaruh budaya dari luar 2. Cuaca yang cukup ekstrim 3. Tempat wisata belum tertata dengan rapi 4. Jalan menuju tempat wisata kurang bagus 5. Persaingan dengan destinasi wisata lain 6. Ketidaksiapan masyarakat dalam pembangunan pariwisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa ataupun pokdarwis dapat melakukan sebuah inovasi yang menjadi daya tarik sendiri dari wisata yang ada di sembalun lawang 2. Masyarakat dapat melestarikan wisata unggulan dengan cara penghijauan untuk meminimalisir bencana yang terjadi 3. Masyarakat dapat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat lebih optimal dalam menjaga kelestarian budaya untuk menghindari budaya luar 2. Pemerintah desa maupun pokdarwis dapat mendampingi para wisatawan yang akan datang dengan ramah dan baik 3. Pemerintah desa dapat melakukan pemberdayaan masyarakat untuk dapat menjaga kebersihan dari fasilitas yang disediakan

<p>7. Pemerintah desa belum ada berkontribusi dalam pembangunan pariwisata</p>	<p>melakukan Kerjasama dengan pokdarwis untuk memperbaiki akses jalan atau menghias sepanjang jalan</p> <p>4. Pengelola wisata maupun masyarakat dapat membangun inovasi baru yang memiliki ciri khas tersendiri dari wisata yang ada di sembalun lawang</p> <p>5. Pokdarwis lebih maksimal lagi dalam melibatkan pemerintah desa dalam pembangunan ataupun pengelolaan wisata</p>	<p>4. Pokdarwis dapat memanfaatkan masyarakat lokal untuk menjadi pendamping bagi para wisatawan</p> <p>5. Wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang dapat di maximalkan dalam melakukan promosi</p> <p>6. Pemerintah desa dapat memberikan pelatihan dan pemahaman terhadap wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang untuk dapat dikembangkan</p>
--	--	---

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry* (IFAS) yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* diatas :

Tabel 3.2.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki potensi alam yang sangat indah	0.18	4	0.72
Menjadi tempat wisata unggulan	0.17	4	0.68
Memiliki rumah adat Bale Belek	0.17	4	0.68
Hasil pertanian dan perkebunan cukup melimpah	0.16	4	0.64
Adanya papan informasi menuju tempat wisata	0.15	4	0.6
Sarana dan prasarana sangat memadai	0.14	3	0.42
kawasan wisata di sembalun lawang bersih	0.15	4	0.6
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.12		4.34
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>			
Kurangnya kontribusi pemerintah desa dalam pengembangan wisata	0.18	4	0.72

Akses jalan menuju tempat wisata di desa sembalun lawang tidak memadai	0.17	4	0.68
Kamar mandi yang disediakan tidak bersih	0.16	4	0.64
Pengelolaan wisata masih belum optimal	0.17	4	0.68
Strategi promosi yang belum maksimal melalui media sosial	0.15	4	0.6
Belum mendapatkan pendanaan pengembangan wisata dari Desa	0.16	4	0.64
Wisata di sembalun lawang banyak kesamaan dari desa tetangga	0.17	4	0.68
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.16		4.64
S-W=X	-0.3		

Tabel 3.2.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysi Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Banyaknya cafe yang disediakan untuk wisatawan	0.16	4	0.64
Hasil perkebunan dan pertanian sudah mencapai ekspor lokal dan nasional	0.18	4	0.72
Jaringan internet sangat mendukung	0.17	4	0.68

Adanya tempat penginapan untuk wisatawan	0.16	4	0.64
Tempat wisata Bale Belek mendapatkan bantuan pengembangan dari Pemerintah Daerah	0.17	4	0.68
Banyaknya wisatawan asing berdatangan	0.18	4	0.72
Menjadi tempat jalur pendakian bukit	0.17	4	0.68
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.19		4.76
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Adanya pengaruh budaya dari luar	0.18	4	0.72
Cuaca yang cukup ekstrim	0.16	4	0.64
Tempat wisata belum tertata dengan rapi	0.17	4	0.68
Jalan menuju tempat wisata kurang bagus	0.15	4	0.6
Persaingan dengan destinasi wisata lain	0.16	4	0.64
Ketidaksiapan masyarakat dalam pembangunan pariwisata	0.17	4	0.68
Pemerintah desa belum ada berkontribusi dalam pembangunan pariwisata	0.17	4	0.68
Jumlah <i>Threat (Ancaman)</i>	1.16		4.64
O-T=X		0.12	

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,34

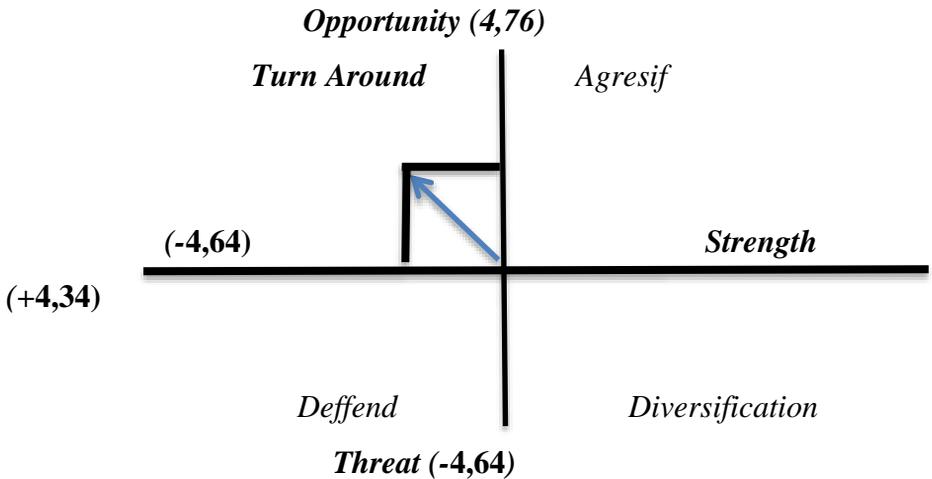
Weaknesses : (-4,64)

Opportunity : 4,76

Threats : (-4,64)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai , dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar -0,3 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,12 yang dapat dilihat pada Grafik 3.2. di bawah ini:

Grafik 3.2.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.5 di bawah ini:

Tabel 3.2.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknessess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $4,34 + 4,76 = 9,1$	Strategi WO : $(-4,64) + 4,76 = 0,12$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $4,34 + (-4,64) = (-0,3)$	Strategi WT : $(-4,64) + (-4,64) = (-9,28)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 3.2. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sembalun, Desa Sembalun Lawang berada pada Kuadran IV yaitu *Turn Around*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran IV *Turn Around* adalah situasi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang. Kawasan Sembalun Lawang memiliki Kelemahan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mengatur cara untuk dapat meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mengatur ulang strategi yang

dibutuhkan dengan cara lebih perkuat peluang yang dimilikinya dan meminimalisirkan kelemahan yang dimilikinya.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran IV: Mendukung Strategi WO (Kelemahan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari *Weaknesses* dan *Opportunities* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi turnaround (putar balik) dalam artian mengambil beberapa langkah untuk mengatasi berbagai kelemahan yang dihadapi secara internal agar peluang dapat dimanfaatkan. Hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Sembalun di Desa Sembalun Lawang, strategi WO (*Weaknesses -Opportunities*) yang dapat dilakukan adalah: Meningkatkan pembangunan sarana di kawasan Sembalun Lawang

dengan cara membangun infrastruktur yang di kawasan Sembalun Lawang untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung. Membangun komunikasi dan koordinasi yang baik antara pengelolaan pariwisata di kawasan Sembalun Lawang, pemerintah Desa dan pemerintah Daerah, komunikasi dan koordinasi dilakukan secara bertahap terkait dengan perkembangan pariwisata di kawasan Sembalun Lawang, melakukan pertemuan baik secara formal maupun non formal. Menguatkan kelembagaan masyarakat dengan yang berperan langsung dalam pengembangan pariwisata di kawasan Sembalun Lawang. Mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat berbasis kerakyatan di kawasan Sembalun Lawang, dengan cara masyarakat menjadi subjek dalam pembangunan ekonomi dengan memberdayakan diri sendiri melalui jasa atau usaha yang ditawarkan guna meningkatkan pertumbuhan perekonomian mereka sendiri. Memasarkan kerajinan masyarakat lokal di kawasan Sembalun Lawang, dengan cara memberikan fasilitas produksi ataupun fasilitas penjualan produk olahan masyarakat lokal agar tidak kalah bersaing dengan produk-produk yang ada di luar kawasan Sembalun Lawang.

3. Desa Wisata Bebidas

Desa Bebidas berada pada kaki gunung rinjani dan menjadi tempat pendakian menuju Gunung Rinjani dan memiliki wisata fauna yang masih terjaga dan dilestarikan sehingga hal ini menjadikan Desa Bebidas menjadi Desa Wisata yang terletak di Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur. Desa bebidas menjadi daerah yang masih terbilang asri karena berada di kaki gunung rinjani sehingga hasil perkebunan dan pertanian yang melimpah bahkan fauna yang dimiliki Desa Bebidar masih terjaga.

Desa bebidas memiliki kekuatan yang sangat mendukung dalam melakukan suatu pengembangan wisata sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar atau pemerintah desa sehingga. Dalam hal ini pemerintah desa perlu melakukan strategi dengan cara memberikan inovasi baru atau gagasan baru dalam pembangunan wisata yang ada di Desa Bebidas sehingga wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi wisata yang ada di Desa Bebidas. Pemerintah desa juga mampu untuk mengembangkan masyarakat sekitar dalam mengelola wisata dan melestarikannya.

Potensi yang dimiliki oleh Desa Bebidas mampu di manfaatkan dengan cara melakukan pembangunan wisata dengan menggabungkan ciri khas

yang menjadikan Desa Bebidas ini menjadi desa wisata yang langka. Oleh karena itu pemerintah desa akan semaksimal mungkin dalam mengawasi beberapa kendala yang dihadapi oleh masyarakat. Karena jika dilihat pendapatan masyarakat yang ada di Desa Bebidas selalu mengalami kekurangan perekonomian sehingga hal ini menjadi salah satu tujuan pemerintah desa untuk dapat mengembangkan SDM dan SDA sehingga hal tersebut akan menjadikan suatu peningkatan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah desa.

Desa Bebidas mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki wisata perbukitan savana provok, bukit gedong, dan bukit malang, Pengelola wisata pendakian bekerjasama dengan TNGR, Menawarkan keindahan alamnya dengan udara segar yang berada di lereng gunung rinjani. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Bebidas menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threath* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Bebidas, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Bebidas.

Tabel 3.3.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>	
S1	Memiliki Wisata Perbukitan Savana Provok, Bukit Gedong , dan Bukit Malang	W1	Belum ada Kontribusi Pemerintah Desa Yang Diberikan Terhadap Pengelola Tempat Wisata
S2	Menawarkan Keindahan Alamnya Dengan Udara Segar yang Berada di Lereng Gunung Rinjani	W2	Kurang Aktifnya Kelompok yang Membuat Souvenir Seperti Kaos, Gantungan Kuci Dll
S3	Adanya Wisata Penangkaran Rusa	W3	Kekurangan Pengelolaan Manajemen Keuangan
S4	Adanya Paket Untuk Bersepeda	W4	Belum Masuknya Anggaran (PADES) Dari Desa Untuk Wisata
S5	Pengelola Wisata Pendakian Bekerjasama Dengan TNGR	W5	Belum Terdapat Home Stay Bagi Wisatawan
S6	Akses Jalan Menuju Lokasi Wisata Pendakiaan Cukup Bagus	W6	Sarana dan Prasarana Belum Optimal
S7	Kondisi Wilayah dan Keadan Fisik Sangat Alami dan Masih Terjaga	W7	Kurangnya Pemahaman Masyarakat Tentang Pariwisata
NO	FAKTOR EKSTERNAL		

OPPORTUNITIES		THREATS	
O1	Memiliki Banyak Potensi Alam Yang Dapat di Kembangkan	T1	Berpotensi Terjadinya Bencana Alam
O2	Kondisi Desa yang Masih Asli	T2	Berkembangnya Obyek Wisata Serupa yang Dapat Meningkatkan Persaingan
O3	Menyerap Tenaga Kerja Didaerah Sekitar Objek Wisata yang Dapat Mengurangi Pengangguran	T3	Cuaca yang Cukup Ekstrim
O4	Tren Wisata Pendakian yang Trus Ramai	T4	Kurangnya Perhatian Pemerintah Desa Dalam Pembangunan Pariwisata
O5	Pemanfaatan Teknologi Untuk Media Promosi	T5	Masyarakat Bebidas yang Masih Belum Paham Mengenai Pariwisata
O6	Rumah Warga Dimanfaatkan Untuk Menjadi Tempat Penginapan	T6	Keamanan Belum Maksimal
O7	Tempat Wisata yang Kebersihannya Terjaga	T7	Tidak adanya Penginapan Untuk Wisatawan

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 3.3.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki wisata perbukitan savana provok, bukit gedong , dan bukit malang 2. Menawarkan keindahan alamnya dengan udara segar yang berada di lereng gunung rinjani 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada kontribusi pemerintah desa yang diberikan terhadap pengelola tempat wisata 2. Kurang aktifnya kelompok yang membuat souvenir seperti kaos,gantungan kuci dll
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 3. Adanya wisata penangkaran rusa 4. Adanya paket untuk bersepeda 5. Pengelola wisata pendakian bekerjasama dengan TNGR 6. Akses jalan menuju lokasi wisata pendakian cukup bagus 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Kekurangan pengelolaan manajemen keuangan 4. Belum masuknya anggaran (PADES) dari desa untuk wisata 5. Belum terdapat home stay bagi wisatawan 6. Sarana dan prasarana belum optimal 7. Kurangnya pemahaman masyarakat

	7. Kondisi wilayah dan keadaan fisik sangat alami dan masih terjaga	tentang pariwisata
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak potensi alam yang dapat di kembangkan 2. Kondisi desa yang masih asli 3. Menyerap tenaga kerja didaerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran 4. Tren wisata pendakian yang trus ramai 5. Pemanfaatan teknologi untuk media promosi 6. Rumah warga dimanfaatkan untuk menjadi tempat penginapan 7. Tempat wisata yang kebersihannya terjaga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan potensi yang dimiliki Desa Bebidas dengan cara menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar 2. Memanfaatkan masyarakat sekitar sebagai tour guide dan memberikan pemahaman dalam melestarikan potensi alam 3. Memberikan masyarakat pemahaman lebih lanjut dalam teknologi untuk media promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat memberikan dukungan terhadap masyarakat dalam pengembangan wisata 2. Masyarakat lebih memaksimalkan kebersihan tempat wisata 3. Pemerintah desa memberikan pelatihan kepada masyarakat

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpotensi Terjadinya bencana / gangguan alam 2. Berkembangnya obyek wisata serupa yang dapat meningkatkan persaingan 3. Cuaca yang cukup ekstrim 4. Kurangnya perhatian pemerintah desa dalam pembangunan pariwisata 5. Masyarakat bebidas yang masih belum paham mengenai pariwisata 6. Keamanan belum maksimal 7. Tidak adanya penginapan untuk wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pemahaman terkait potensi alam yang akan menimbulkan bencana 2. Meminimalisir bencana dengan cara menjaga kelestarian alam 3. Bekerja sama dengan masyarakat untuk menjadi <i>tour guide</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan potensi alam dengan menjaga kelestarian 2. Masyarakat lebih kompak dalam membangun dan mengelola pariwisata 3. Pemerintah desa lebih memerhatikan wisata untuk lebih berkembang

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry* (IFAS) yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 3.3.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki wisata perbukitan savana provok, bukit gedong , dan bukit malang	0.18	4	0.72
Menawarkan keindahan alamnya dengan udara segar yang berada di lereng gunung rinjani	0.18	4	0.72
Adanya wisata penangkaran rusa	0.18	4	0.72
Adanya paket untuk bersepeda	0.17	4	0.68
Pengelola wisata pendakian bekerjasama dengan TNGR	0.18	4	0.72
Akses jalan menuju lokasi wisata pendakaian cukup bagus	0.19	4	0.76
Kondisi wilayah dan keadaan fisik sangat alami dan masih terjaga	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.25		5.08
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>			
Belum ada kontribusi pemerintah desa yang	0.14	3	0.42

diberikan terhadap pengelola tempat wisata			
Kurang aktifnya kelompok yang membuat souvenir seperti kaos, gantungan kunci dll	0.17	4	0.68
Kekurangan pengelolaan manajemen keuangan	0.18	4	0.72
Belum masuknya anggaran (PADES) dari desa untuk wisata	0.16	4	0.64
Belum terdapat home stay bagi wisatawan	0.18	4	0.72
Sarana dan prasarana belum optimal	0.15	4	0.6
Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pariwisata	0.17	4	0.68
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.44		4.46
S-W=X			0.62

Tabel 3.3.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

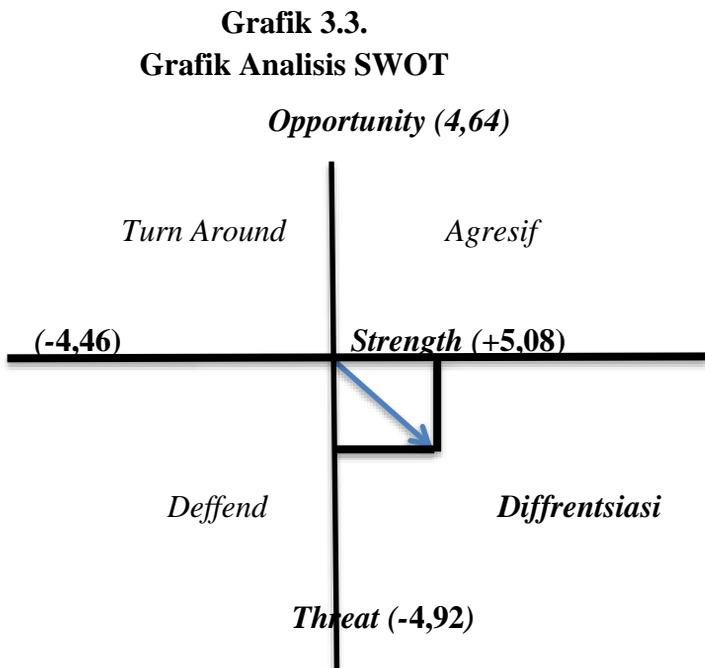
Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan	0.17	4	0.68
Kondisi desa yang masih asli	0.18	4	0.72
Menyerap tenaga kerja didaerah sekitar objek	0.17	4	0.68

wisata yang dapat mengurangi pengangguran			
Tren wisata pendakian yang trus ramai	0.16	4	0.64
Pemanfaatan teknologi untuk media promosi	0.15	4	0.6
Rumah warga dimanfaatkan untuk menjadi tempat penginapan	0.16	4	0.64
Tempat wisata yang kebersihannya terjaga	0.17	4	0.68
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.21		4.64
Threat (Ancaman)			
Berpotensi Terjadinya bencana / gangguan alam	0.19	4	0.76
Berkembangnya obyek wisata serupa yang dapat meningkatkan persaingan	0.18	4	0.72
Cuaca yang cukup ekstrim	0.17	4	0.68
Kurangnya perhatian pemerintah desa dalam pembangunan pariwisata	0.17	4	0.68
Masyarakat bebidas yang masih belum paham mengenai pariwisata	0.18	4	0.72
Keamanan belum maksimal	0.16	4	0.64
Tidak adanya penginapan untuk wisatawan	0.18	4	0.72
Jumlah Threat (Ancaman)	1.06		4.92
O-T=X	-0.28		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 5,08
Weaknesses : (-4,46)
Opportunity : 4,64
Threats : (-4,92)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 0,62 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar -0,28 yang dapat dilihat pada Grafik 3.3. di bawah ini:



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 3.3.5 di bawah ini:

Tabel 3.3.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $5,08 + 4,64 = 9,72$	Strategi WO : $(-4,46) + 4,64 = 0,18$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $5,08 + (-4,92) = 0,16$	Strategi WT : $(-4,46) + (-4,92) = (-9,38)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 3.3. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Wanasaba, Desa Bebidas berada pada Kuadran II yaitu Diffrentsiasi. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran II diffrentsiasi adalah situasi yang memiliki kekuatan dan siap dalam menghadapi ancaman. Kawasan Bebidas ini berada pada kuadran II yang dimana Desa tersebut memiliki kekuatan yang sangat tinggi dan siap siaga dalam melawan ancaman

yang dimiliki dari desa tersebut karena potensi alam pegunungan, perbukitan, persawahan yang sangat menjanjikan dan tempat wisata yang sangat bersih memberikan dampak yang sangat besar hanya saja potensi yang dimiliki Desa Bebidas ini banyak kemiripan dengan desa lain sehingga desa tersebut harus memiliki perbedaan atau ciri khas tersendiri dari tempat wisata yang dimiliki Desa Bebidas.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran II: Mendukung Strategi ST (Kekuatan dan Ancaman)

Meskipun menghadapi ancaman, organisasi ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan strategi kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi. Berdasarkan hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur Kecamatan Wanasaba, Desa Bebidas. Strategi ST (*Strengths-*

Threats) yang dapat dilakukan adalah dengan cara melakukan pembinaan kepada masyarakat dalam pengembangan pariwisata sehingga masyarakat sekitar akan paham bagaimana cara mengelola wisata yang baik dengan segala ancaman yang akan dihadapinya nanti seperti potensi bencana alam, cuaca yang ekstrim, keamanan yang belum maksimal, membangun penginapan, dan persaingan wisata dengan wisata lain sehingga masyarakat akan memberikan strategi bagaimana cara untuk memiliki ciri khas tersendiri dari wisata yang ada di Desa Bebidas. Pemerintah desa dapat memberikan pelatihan khusus kepada masyarakat agar untuk tetap menjaga dan melestarikan wisata penangkaran rusa, perbukitan, persawahan dan dapat menjaga kebersihan sehingga ancaman yang akan datang dapat diminimalisirkan.

Adapun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Desa Bebidas, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur adalah sebagai berikut: Kuadran II Diffrentsiasi adalah situasi yang memiliki resiko yang besar tetapi dapat dipertahankan dengan segala kekuatan yang dimilikinya . Kawasan Desa Bebidas memiliki Kekuatan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan memberikan ciri khas tersendiri dari potensi yang desa tersebut miliki sehingga strategi yang harus ditetapkan dalam

kondisi ini untuk Memanfaatkan potensi yang dimiliki Desa Bebidas dengan cara menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar, memanfaatkan masyarakat sekitar sebagai tour guide dan memberikan pemahaman dalam melestarikan potensi alam, Memberikan masyarakat pemahaman lebih lanjut dalam teknologi untuk media promosi.

4. Desa Wisata Sapit

Desa Sapit merupakan salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Lombok Timur dan sudah berkembang sejak dulu. Desa sapit terkenal akan wisata dataran tingginya, hasil perkebunan, bahkan peninggalan budaya leluhur yang masih melekat di Desa Sapit. Desa Sapit memiliki banyak potensi wisata yang dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar baik berupa tebing indah, cafe kopi, perbukitan pal jepang, bahkan rumah adat yang masih terjaga hingga saat ini membuat Desa Sapit menjadi terkenal oleh wisatawan baik nusantara ataupun mancanegara. Bukan hanya potensi alam, budayanya saja yang dapat dinikmati bahkan potensi perkebunan dari kopi dan jahe yang sudah berpotensi ekspor sehingga membuat Desa Sapit ini dikenal oleh banyak kalangan.

Desa Sapit memiliki kekuatan dan peluang yang sangat banyak sehingga hal tersebut mampu untuk

mengembangkan potensi Desa Wisata yang ada di Desa Sapit secara agresif. Desa sapit memerlukan beberapa strategi yang mampu secara maksimal dalam melakukan pengembangan wisata untuk dapat meningkatkan SDM, SDA, bahkan perekonomian masyarakat juga akan terbantu. Oleh karena itu diperlukan strategi yang lebih agresif dalam memanfaatkan dan mengembangkan wisata lebih maksimal lagi.

Desa Sapit memiliki potensi yang sangat banyak sehingga hal ini mampu untuk dikembangkan secara meluas dan melakukan branding wisata secara maksimal untuk dapat memperkenalkan bahwa Desa Sapit merupakan desa yang kaya akan potensi wisata. Pemerintah desa mampu untuk memberikan kontribusi yang lebih agresif dalam melakukan pengembangan wisata baik dari pengelolaan wisata, melestarikan wisata, SDM, SDA, bahkan perekonomian masyarakat juga. Jika hal tersebut terpenuhi maka Desa Sapit akan menjadi Desa Wisata yang sangat baik karena memiliki SDM dan SDA yang sangat mendukung dalam melakukan pemberdayaan dan pengembangan Desa Wisata di Desa Sapit.

Desa Sapit mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki produk UMKM asli dari masyarakat desa sapit, Bukit

peljepang merupakan salah satu icon dari Desa wisata Sapit. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Seriwe menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threath* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sapit, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sapit

Tabel 3.4.1

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	STRENGTHS		WEAKNESSES
S1	Memiliki Keindahan Alam Berupa Perbukitan, Persawahan dan Rumah Adat	W1	Pengelolaan Wisata Masih Belum Maksimal
S2	Kemudahan Akses Jalan Desa Wisata Sapit	W2	Kurangnya Sarana dan Prasarana Di Tempat Wisata
S3	Sikap Masyarakat yang Ramah	W3	Sebagiaan dari Tempat Wisata Agak Sulit Dijangkau
S4	Tempat Wisata yang Masih Alami	W4	Promosi Wisata dan Umkm Milik Masyarakat yang Masih Belum Maksimal
S5	Memiliki Produk UMKM Asli Dari Masyarakat Desa Sapit	W5	Kurangnya Partisipasi dari Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata

S6	Wisatawan Lokal Maupun Asing Selalu ada Berkunjung ke Desa Wisata Sapit	W6	Minimnya Kesadaran Masyarakat Dalam Mengembangkan Wisata di Desa Sapit
S7	Bukit Peljegang Merupakan Salah Satu Icon dari Desa Wisata Sapit	W7	Terbatasnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Pariwisata
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>	
O1	Bisa Menjadi Tempat Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Lokal Maupun Asing	T1	Peranan Masyarakat Dalam Menjaga Objek Wisata Masih Kurang
O2	Memiliki Banyak Potensi Alam yang Dapat dikembangkan	T2	Persaingan Wisata Luar
O3	Memiliki Wisata Bukit yang Sudah Go Internasional	T3	Kurang Pengetahuan Masyarakat Terkait Desa Wiata.
O4	Memiliki UMKM Kopi dan Jahe yang Sudah Maju	T4	Potensi Bencana Alam Seperti Longsor
O5	Terdapat Wisata Religi	T5	Adanya Konflik Desa Dengan Pokdariws
O6	Wisatawan Asing Maupun Lokal Terus Berdatangan Untuk Berwisata	T6	Pendanaan Wisata dari Desa Belum Maksimal
O7	Memiliki Wisata Persawahan Terasering	T7	Tempat Penginapan Masih Belum Maksimal

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 3.4.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keindahan alam berupa perbukitan, persawahan dan rumah adat 2. Kemudahan akses jalan desa wisata sapit 3. Sikap masyarakat yang ramah 4. Tempat wisata yang masih alami 5. Memiliki produk UMKM asli dari masyarakat desa sapit 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan wisata masih belum maksimal 2. Kurangnya sarana dan prasarana di tempat wisata 3. Sebagian dari tempat wisata agak sulit dijangkau 4. Promosi wisata dan umkm milik masyarakat yang masih belum maksimal
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 6. Wisatawan lokal maupun asing selalu ada berkunjung ke Desa wisata Sapit 7. Bukit peljegang merupakan salah satu icon dari Desa wisata Sapit 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Kurangnya partisipasi dari pemerintah desa dalam pengembangan wisata 6. Minimnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan wisata di desa sapit 7. Terbatasnya pengetahuan

		masyarakat tentang pariwisata
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun asing 2. Memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan 3. Memiliki wisata bukit yang sudah go internasional 4. Memiliki UMKM kopi dan jahe yang sudah maju 5. Terdapat wisata religi 6. Wisatawan asing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam yang banyak dapat dikembangkan menjadi tempat wisata 2. Lebih mempromosikan potensi alam dan wisata yang dimiliki desa sapit 3. Hasil UMKM dapat menjadi oleh oleh wisatawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk memahami pariwisata 2. Pemerintah desa lebih memerhatikan kondisi wisata yang ada di desa sapit 3. Pemerintah desa dapat memberikan pelatihan khusus kepada masyarakat/pokd arwis

<p>maupun lokal terus berdatangan untuk berwisata</p> <p>7. Memiliki wisata persawahan terasering</p>		
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Peranan masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang</p> <p>2. Persaingan wisata luar</p> <p>3. Kurang pengetahuan masyarakat terkait desa wisata.</p> <p>4. Potensi bencana alam seperti longsor</p> <p>5. Adanya konflik desa dengan pokdariwis</p>	<p>1. Masyarakat bisa lebih memerhatikan/meles tarikan wisata di desa sapit</p> <p>2. Pemerintah desa lebih memerhatikan kondisi masyarakat/pokdariwis dalam pengembangan wisata</p> <p>3. Masyarakat mampu untuk meminimalisir terjadinya bencana alam yang akan terjadi di dataran tinggi</p>	<p>1. Pemerintah desa mampu untuk memberikan bantuan dalam pariwisata</p> <p>2. Masyarakat lebih memperkuat potensi alam dengan cara memperindah dan memiliki ciri khas dari wisata tersebut</p> <p>3. Lebih memperdalam strategi promosi UMKM, wisata, dan penginapan</p>

6. Pendanaan wisata dari desa belum maksimal		
7. Tempat penginapan masih belum maksimal		

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 3.4.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki keindahan alam berupa perbukitan, persawahan dan rumah adat	0.19	4	0.76
Kemudahan akses jalan desa wisata sapit	0.16	4	0.64
Sikap masyarakat yang ramah	0.18	4	0.72
Tempat wisata yang masih alami	0.19	4	0.76
Memiliki produk UMKM asli dari masyarakat desa sapit	0.19	4	0.76

Wisatawan lokal maupun asing selalu ada berkunjung ke Desa wisata Sapit	0.16	4	0.64
Bukit peljegang merupakan salah satu icon dari Desa wisata Sapit	0.18	4	0.72
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.25		5
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)			
Pengelolaan wisata masih belum maksimal	0.15	4	0.6
Kurangnya sarana dan prasarana di tempat wisata	0.16	4	0.64
Sebagian dari tempat wisata agak sulit dijangkau	0.15	4	0.6
Promosi wisata dan umkm milik masyarakat yang masih belum maksimal	0.16	4	0.64
Kurangnya partisipasi dari pemerintah desa dalam pengembangan wisata	0.15	4	0.6
Minimnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan wisata di desa sapit	0.16	4	0.64
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata	0.18	4	0.72
Jumlah <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	1.11		4.44
S-W=X	0.56		

Tabel 3.4.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Bisa menjadi tempat destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun asing	0.19	4	0.76
Memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan	0.17	4	0.68
Memiliki wisata bukit yang sudah go internasional	0.15	4	0.6
Memiliki UMKM kopi dan jahe yang sudah maju	0.14	3	0.42
Terdapat wisata religi	0.18	4	0.72
Wisatawatan asing maupun lokal terus berdatangan untuk berwisata	0.19	4	0.76
Memiliki wisata persawahan terasering	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.21		4.7
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Peranan masyarakat dalam menjaga objek wisata masih kurang	0.15	4	0.6
Persaingan wisata luar	0.16	4	0.64
Kurang pengetahuan masyarakat terkait desa wiata.	0.18	4	0.72

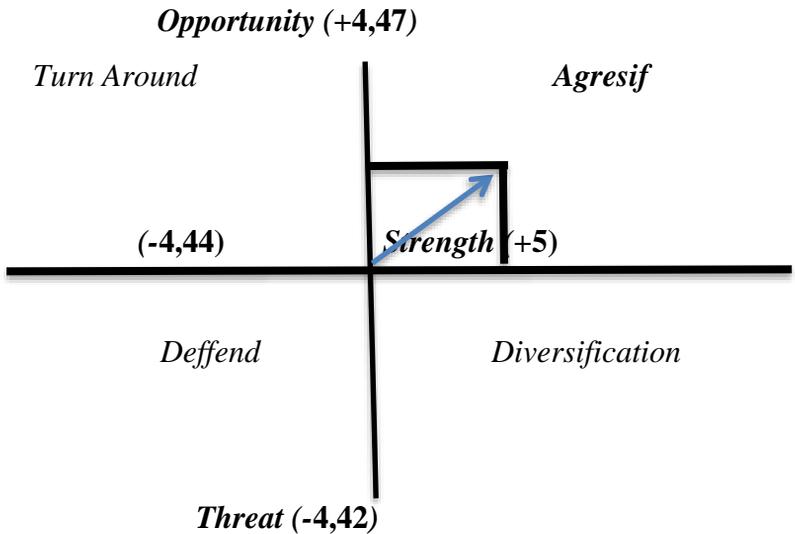
Potensi bencana alam seperti longsor	0.14	3	0.42
Adanya konflik desa dengan pokdariws	0.19	4	0.76
Pendanaan wisata dari desa belum maksimal	0.17	4	0.68
Tempat penginapan masih belum maksimal	0.15	4	0.6
Jumlah Threat (Ancaman)	1.14		4.42
O-T=X	0.28		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 5
Weaknesses : (-4.44)
Opportunity : 4,47
Threats : (-4,42)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 3.4. di bawah ini :

Grafik 3.4.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 3.4.5 di bawah ini:

Tabel 3.4.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknessess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $5+4.47 = 9.47$	Strategi WO : $(-4.44) + 4.47 = (-0,3)$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $5 + (-4,42) = (0,58)$	Strategi WT : $5 + (-4.44) = (0.56)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 3.4. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Suela, Desa Sapit berada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran I Agresif adalah situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan yang sangat banyak dan memiliki peluang yang sangat besar. Kawasan Desa Sapit ini memiliki Kekuatan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut harus lebih agresif dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan menggunakan peluang yang ada. Sehingga strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah memanfaatkan kekuatan dan peluang sebaik mungkin.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun penjelasan hasil dari Grafik silang menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki kekuatan yang sangat banyak sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Kemudian Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur di Desa Sapit, berdasarkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang dapat dilakukan dalam strateginya adalah:

Menggali potensi wisata alam sebanyak mungkin dan menjadikannya obyek wisata sehingga wisatawan dapat berkunjung dan masyarakat akan terkena dampaknya juga sehingga dari wisata yang dibangun akan menumbuhkan dan membantu perekonomian masyarakat. UMKM yang dimiliki oleh Desa Sapit ini juga sangat banyak seperti kebun kopi, wortel dll. Masyarakat atau pemerintah desa sendiri bisa lebih memanfaatkan paket wisata yang diberikan kepada wisatawan dengan cara memberikan buah tangan sehingga akan menimbulkan kesan yang baik untuk desa tersebut. Melakukan promosi skala besar-besaran juga sangat diperlukan karena dilihat dari

potensi alam yang sudah go internasional Pal Jepang yang menjadi tempat wisata favorit para wisatawan untuk menikmati keindahan alam sehingga perlu dikembangkan lagi branding wisata yang ada di Desa Sapit.

5. Desa Wisata Sembalun

Salah satu desa wisata yang ada di kabupaten Lombok timur yang sudah mengalami banyak perkembangan baik dari wisata alam, buatan, ataupun budaya salah satu desa yang memiliki banyak potensi yaitu Desa Sembalun. Desa Sembalun ini merupakan salah satu tempat wisata yang terkenal yaitu sebagai tempat jalur pendakian menuju gunung rinjani. Di area Sembalun memiliki kawasan yang sangat asri karena Desa Sembalun berada di daerah pegunungan dan perbukitan. Objek wisata yang disediakan oleh Desa Sembalun sangatlah mendukung untuk melakukan beberapa pengembangan dengan adanya rest area para pendaki untuk wisatawan, sarana dan prasaran yang sangat mendukung daerah Sembalun sebagai daerah wisata.

Desa Sembalun merupakan desa pemekaran dari Sembalun Bumbung sehingga hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah desa untuk dapat membangun sebaik mungkin dan menata objek-objek

wisata yang ada di Desa Sembalun. Potensi yang dimiliki Desa Sembalun menjadi dorongan utama bagi meningkatkan sumber daya manusia dalam mengelola wisata yang ada di Desa Sembalun. Oleh karena itu untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal pemerintah desa memerlukan strategi yang sangat agresif dalam melakukan pengembangan dan branding wisata yang ada di Desa Sembalun. Dalam melakukan strategi agresif hal yang paling mendasar adalah dengan melakukan beberapa peningkatan kapasitas dan selalu melakukan event untuk dapat meningkatkan branding wisata yang ada di Desa Sembalun.

Untuk dapat melakukan pengembangan yang lebih maksimal pemerintah desa mampu untuk melibatkan masyarakat dalam memberikan pemberdayaan guna untuk meningkatkan baik berupa SDM, Perekonomian, bahkan pengelolaan wisata dengan cara selalu memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk belajar dalam mengelola wisata dan masyarakat sadar bahwa Desa Sembalun merupakan Desa Wisata. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi pemerintah desa ataupun masyarakat sekitar sehingga Desa Sembalun memiliki potensi yang sangat baik dan menjadi Desa Wisata terbaik di Kabupaten Lombok Timur.

Desa Sembalun mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki wisata perbukitan, tenun gedogan, dan budaya tarian bangruk, Memiliki produk UMKM unggulan di Desa Sembalun, Terdapat beberapa homestay dan penginapan di Desa Sembalun. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Sembalun menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weaknesses, Opportunity, Threath (SWOT)* untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sembalun, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sembalun

Tabel 3.5.1

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESESS</i>	
S1	Cukup Banyak Potensi Alam yang Dimiliki Desa Sembalun	W1	Belum Maksimalnya Kinerja BUMDes di Sembalun
S2	Memiliki Wisata Perbukitan, Tenun Gedogan, dan Budaya Tarian Bangruk	W2	Manajemen Pengelolaan Wisata Masih Belum Maksimal
S3	Terdapat Beberapa Homestay Dan Penginapan di Desa Sembalun	W3	Fasilitas yang Disediakan Belum Optimal
S4	Hasil Pertanian Wortel dan Kopi Yang Cukup Melimpah	W4	Kebutuhan Air Untuk Masyarakat Masih Belum Optimal
S5	Memiliki Produk UMKM Unggulan di Desa Sembalun	W5	Belum Maksimalnya Pemanfaatan Lahan Wisata Oleh Pemerintah Desa Maupun Pokdarwis
S6	Kawasan Sembalun Masih Asri	W6	Pemuda yang Belum Maksimal Mengelola Potensi SDA di Sembalun
S7	Menjadi Jalur Pendakian TNGR	W7	Hasil Pertanian yang Belum Optimal Untuk Dikembangkan
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>	
O1	Cukup Banyak Wisnus Dan Wisman Menuju TNGR	T1	Masuknya Budaya Luar ke Desa Sembalun
O2	Membuka Peluang Bagi Para UMKM Untuk	T2	Kawasan Sembalun Rawan Bencana

	Mengembangkan Usahanya		
O3	Adanya Dukungan Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Desa Wisata	T3	Tempat Wisata Sulit Dijangkau Oleh Wisatawan
O4	Pokdarwis Desa Sembalun Ikut Berpartisipasi Dalam Mengelola Wisata	T4	Banyaknya Kesamaan Tempat Wisata Sembalun Dengan Desa Tetangga
O5	Adanya Dukungan Pemerintah Pusat Untuk Melestarikan TNGR	T5	Belum Maximalnya Pengelolaan Wisata di Desa Sembalun
O6	Wisata Bukit Pegasingan Dan TNGR Yang Sudah Go Internasional	T6	SDM yang Belum Optimal
O7	Dapat Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Parawaisata	T7	Paket Wisata yang Disediakan Belum Optimal

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 3.5.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	Strengths	Weaknessess
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cukup banyak potensi alam yang dimiliki Desa Sembalun 2. Memiliki wisata perbukitan, tenun gedogan, dan budaya tarian bangruk 3. Terdapat beberapa homestay/penginapan di Desa Sembalun 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum maksimalnya kinerja BUMDes di Sembalun 2. Manajemen pengelolaan wisata masih belum maksimal 3. Fasilitas yang disediakan belum optimal

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 4. Hasil pertanian wortel dan Kopi yang cukup melimpah 5. Memiliki produk UMKM unggulan di Desa Sembalun 6. Kawasan Sembalun masih asri 7. Menjadi jalur pendakian TNGR 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Kebutuhan air untuk masyarakat masih belum optimal 5. Belum maksimalnya pemanfaatan lahan wisata oleh pemerintah desa maupun pokdarwis 6. Pemuda yang masih belum maksimal mengelola potensi SDA di Sembalun 7. Hasil pertanian yang belum optimal untuk dikembangkan
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cukup banyak Wisnus dan Wisman menuju TNGR 2. Membuka peluang bagi para UMKM untuk mengembangkan usahanya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat lebih memaksimalkan dalam pengembangan potensi wisata dengan cara melakukan pelatihan untuk pokdarwis dalam mengelola wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa dapat mengatur ulang strategi untuk dapat melibatkan BUMDes dalam pariwisata 2. Pemerintah desa dapat lebih

<p>3. Adanya dukungan pemerintah desa dalam pengembangan Desa Wisata</p> <p>4. Pokdarwis Desa Sembalun ikut berpartisipasi dalam mengelola wisata</p> <p>5. Adanya dukungan pemerintah pusat untuk melestarikan TNGR</p> <p>6. Wisata bukit pegasingan dan TNGR sudah go internasional</p> <p>7. Masyarakat di Desa Sembalun sangat ramah</p>	<p>2. Pemerintah desa maupun masyarakat dapat melestarikan potensi alam, kain tenun, dan budaya yang dimiliki Desa Sembalun</p> <p>3. Pokdarwis dapat memanfaatkan keterlibatan desa untuk pengembangan paket wisata untuk para wisatawan</p> <p>4. Pokdarwis dapat mengajak masyarakat untuk dapat memberikan nilai tambah dari hasil pertanian masyarakat yang ada di Desa Sembalun</p> <p>5. Pemerintah desa dapat mengajukan Kerjasama dengan pemerintah pusat untuk dapat menggunakan UMKM unggulan yang dimiliki Desa Sembalun</p> <p>6. Pokdarwis atau masyarakat setempat dapat</p>	<p>memerhatikan SDM dalam mengelola wisata dengan baik</p> <p>3. Pemerintah desa dapat lebih maksimal lagi dalam memberikan fasilitas yang memadai untuk para wisatawan</p> <p>4. Pokdarwis dapat memberikan masukan kepada pemerintah desa untuk dapat memperhatikan sumber air masyarakat di Desa Sembalun</p> <p>5. Pemerintah desa bisa lebih optimal dalam pengembangan dan memanfaatkan potensi alam yang dimilikinya guna untuk meningkatkan</p>
---	---	---

	<p>berkreasi di sepanjang jalan menuju wisata untuk memberikan daya tarik tersendiri untuk wisatawan</p> <p>7. Masyarakat Desa Sembalun lebih maksimal lagi dalam berkomunikasi dengan wisatawan</p>	<p>perekonomian masyarakat</p> <p>6. Pemerintah desa dapat memberikan pelatihan kepada pemuda dalam mengelola wisata</p> <p>7. Masyarakat Desa Sembalun dapat meningkatkan hasil pertanian dan nilai tambah</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Masuknya budaya luar ke Desa Sembalun Kawasan Sembalun yang cukup rawan bencana Tempat wisata sulit dijangkau oleh wisatawan Banyaknya kesamaan tempat wisata Sembalun dengan desa tetangga 	<ol style="list-style-type: none"> Masyarakat setempat dapat memberikan sebuah inovasi baru kepada para wisatawan yang berdatangan untuk dapat menjaga dan melestarikan potensi budaya di Desa Sembalun Dengan banyaknya potensi wisata perbukitan pemerintah desa dapat lebih memerhatikan keselamatan para 	<ol style="list-style-type: none"> Pemerintah desa dapat menjaga dan melestarikan budaya lokal di bidang pariwisata untuk dapat menjaga masyarakat dari budaya luar Pemerintah desa dapat siap siaga jika terjadinya bencana alam untuk dapat memberikan perlindungan

<p>5. Belum maksimalnya pengelolaan wisata di Desa Sembalun</p> <p>6. SDM yang belum optimal</p> <p>7. Paket wisata yang disediakan belum optimal</p>	<p>wisatawan dengan cara selalu memberikan peringatan jika cuaca yang tidak mendukung</p> <p>3. Pokdarwis dapat lebih maximal dalam memasarkan home stay atau penginapan yang ada di Desa Sembalun untuk menghindari wisata yang sulit dijangkau dengan cara memberikan paket wisata yang menarik dan unik</p> <p>4. Pemerintah desa maupun pokdarwis dapat membuat suatu inovasi yang menjadi ciri khas wisata di Sembalun dengan bekerja sama dengan para petani untuk menjadikannya wisata edukasi</p> <p>5. Pokdarwis bisa lebih berperan terhadap pengembangan UMKM untuk dapat</p>	<p>untuk masyarakat ataupun wisatawan</p> <p>3. Pemerintah desa dapat memanfaatkan masyarakat sekitar dalam mendampingi para wisatawan baik untuk fasilitas dan tour guide</p> <p>4. Pengelola wisata yang di Sembalun Bumbang dapat dimaksimalkan lagi dan menjalin kerjasama dengan pengelola wisata lain</p> <p>5. Masyarakat di Desa Sembalun dapat mempertahankan potensi wisata alamnya</p> <p>6. Pokdarwis dapat menjalin kerja sama dengan</p>
---	--	--

	<p>memasarkan produk UMKM di tempat wisata</p> <p>6. Kawasan Sembalun yang masih asri dapat dimanfaatkan oleh guru, tokoh masyarakat, pokdarwis, ataupun pemerintah desa untuk bisa lebih mengedepankan SDM dalam kemajuan pariwisata</p> <p>7. Pokdarwis dapat lebih optimal dalam memberikan pelayanan kepada para wisatawan yang ingin mengunjungi TNGR dengan cara memiliki suatu daya tarik tersendiri bagi para pendamping wisatawan</p>	<p>masyarakat setempat untuk mengembangkan pemasaran wisatanya</p> <p>7. Pemerintah desa dapat melakukan pemberdayaan masyarakat untuk dapat menjaga tingkat Pendidikan dan kebersihan di Desa Sembalun</p>
--	--	---

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumanry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 3.5.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Cukup banyak potensi alam yang dimiliki Desa Sembalun	0.21	5	1.05
Memiliki wisata perbukitan, tenun gedogan, dan budaya tarian bangruk	0.2	4	0.8
Terdapat beberapa homestay/penginapan di Desa Sembalun	0.19	4	0.76
Hasil pertanian wortel dan Kopi yang cukup melimpah	0.15	3	0.45
Memiliki produk UMKM unggulan di Desa Sembalun	0.17	4	0.68
Kawasan Sembalun masih asri	0.2	4	0.8
Menjadi jalur pendakian TNGR	0.23	5	1.15
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.35		5.69
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>			

Belum maksimalnya kinerja BUMDes di Sembalun	0.21	5	1.05
Manajemen pengelolaan wisata masih belum maksimal	0.19	4	0.76
Fasilitas yang disediakan belum optimal	0.19	4	0.76
Kebutuhan air untuk masyarakat masih belum optimal	0.13	3	0.39
Belum maksimalnya pemanfaatan lahan wisata oleh pemerintah desa maupun pokdarwis	0.16	4	0.64
Pemuda yang masih belum maksimal mengelola potensi SDA di Sembalun	0.17	4	0.68
Hasil pertanian yang belum optimal untuk dikembangkan	0.2	4	0.8
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	1.25		5.08
S-W=X	0.61		

Tabel 3.5.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal (*Eksternal Strategic Factors* Analysi Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Cukup Banyak Wisnus Dan Wisman Menuju TNGR	0.23	5	1.15
Membuka Peluang Bagi Para UMKM Untuk	0.19	4	0.76

Mengembangkan Usahanya			
Adanya Dukungan Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Desa Wisata	0.19	4	0.76
Pokdarwis Desa Sembalun Ikut Berpartisipasi Dalam Mengelola Wisata	0.21	5	1.05
Adanya Dukungan Pemerintah Pusat Untuk Melestarikan TNGR	0.22	5	1.1
Wisata Bukit Pegasingan Dan TNGR Sudah Go Internasional	0.21	5	1.05
Masyarakat Di Desa Sembalun Sangat Ramah	0.19	4	0.76
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.44		6.63
Threat (Ancaman)			
Masuknya Budaya Luar Ke Desa Sembalun	0.23	5	1.15
Kawasan Sembalun Yang Cukup Rawan Bencana	0.22	5	1.1
Tempat Wisata Sulit Dijangkau Oleh Wisatawan	0.19	4	0.76
Banyaknya Kesamaan Tempat Wisata Sembalun Dengan Desa Tetangga	0.17	4	0.68
Belum Maksimalnya Pengelolaan Wisata Di Desa Sembalun	0.15	3	0.45

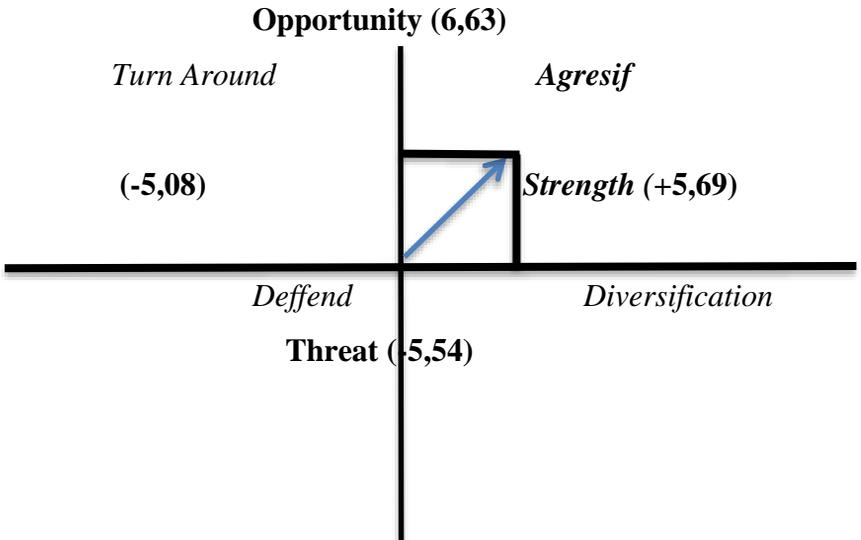
SDM Yang Belum Optimal	0.17	4	0.68
Paket Wisata Yang Disediakan Belum Optimal	0.18	4	0.72
Jumlah Threat (Ancaman)	1.31		5.54
O-T==X	1.09		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 5,69
Weaknesses : (-5,08)
Opportunity : 6, 63
Threats : (-5,54)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesses*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar 0,61 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 1,09 yang dapat dilihat pada Grafik 3.5. di bawah ini :

Grafik 3.5.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 3.5.5 di bawah ini:

Tabel 3.5.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi SO : $5,69 + 6,63 = 12,32$	Strategi WO : $(-5,08) + 6,63 = 1,55$
Threats (T)	Strategi ST : $5,69 + (-5,54) = 0,15$	Strategi WT : $(-5,08) + (-5,54) = (-10,62)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 3.5. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sembalun, Desa Sembalun berada pada Kuadran I yaitu *Agresif*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran I Agresif adalah situasi yang dapat memaksimalkan lagi kekuatan dan peluang yang dimiliki suatu organisasi ataupun perusahaan. Kawasan Sembalun memiliki kekuatan dan peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan lebih agresif lagi dalam meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Sembalun. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mengatur ulang strategi yang dibutuhkan dengan cara memanfaatkan sebaik mungkin kekuatan dan peluang yang dimilikinya.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan Analisis SWOT Yaitu:

Kuadran I: Mendukung Strategi SO (Kekuatan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari *Strength* dan *Opportunities* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi agresif dalam artian mengambil beberapa langkah yang lebih agresif lagi dalam melakukan pengembangan yang dimiliki baik secara internal ataupun eksternal. Berdasarkan hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Sembalun di Desa Sembalun, strategi SO (*Strength - Opportunities*) yang dapat dilakukan adalah : pemerintah desa dapat lebih maksimal dalam melakukan pengembangan potensi wisata dengan cara melakukan pelatihan untuk pokdarwis dalam mengelola wisata, pemerintah desa maupun pokdarwis juga diharapkan mampu dalam melestarikan potensi wisata alam, kain tenun, dan budaya yang dimiliki Desa Sembalun, pokdarwis juga dapat melibatkan desa untuk pengembangan paket wisata agar dapat bekerja sama dengan beberapa travel yang akan memudahkan para wisatawan, pokdarwis dapat mengajak masyarakat untuk dapat memberikan nilai tambah dari hasil pertanian masyarakat yang ada di Desa Sembalun, pemerintah desa dapat mengajukan Kerjasama denga pemerintah pusat untuk dapat

menggunakan UMKM unggulan yang dimiliki Desa Sembalun, pokdarwis ataupun masyarakat setempat dapat berkreasi di sepanjang jalan menuju wisata untuk memberikan daya tarik tersendiri untuk wisatawan. Hal ini bertujuan untuk memberikan organisasi ini strategi yang lebih efektif atau lebih agresif untuk dapat berkembang lebih pesat karena jika dilihat potensi Desa Sembalun ini sangat banyak salah satunya yaitu Desa Sembalun merupakan tempat jalur pendakian Taman Nasional Gunung Rinjani yang dimana TNGR ini sudah sangat terkenal hingga internasional, oleh karena itu pemerintah desa dapat lebih agresif lagi dalam melakukan strategi untuk mengembangkan pariwisata di Desa Sembalun.

BAB IV

DESA WISATA BERBASIS BAHARI

A. Desa Wisata Berbasis Bahari

Wisata Bahari merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan olah raga air yang mampu menciptakan kesenangan, pengalaman baru yang hanya bisa dilakukan di daerah perairan. Wisata bahari ini juga dijadikan sebagai wadah kegiatan wisata yang diharapkan mampu mengembangkan potensi-potensi alam yang ada di Indonesia. (Pendit, 1999).

B. Eksplorasi Potensi Desa Wisata Berbasis

Wisata Bahari merupakan tempat wisatawan asing untuk menikmati keindahan pesisir pantai, lautnya, bahkan hasil laut yang sangat beragam menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk dapat menikmati keindahan suasana pesisir laut. Dapat dilihat dari beberapa Desa Wisata Bahari di bawah ini:

1. Desa Wisata Tanjung Luar

Wisata bahari sangatlah diminati oleh para wisatawan karena memiliki beberapa keindahan alam berupa keindahan Pantai, pasir Pantai, dermaga, menikmati matahari (sunrise/sunset), banyaknya biota laut, dan keindahan bawah laut yang sangat memanjakan para wisatawan yang berada di Desa Tanjung Luar, Kecamatan Keruak, Kabupaten Lombok

Timur. Desa Tanjung Luar memiliki potensi wisata Pantai yang sangat indah dan pusat pasar ikan bahkan menjadi tempat favorit bagi para nelayan untuk mencari hiu. Pengembangan kawasan Desa Wisata yang berada di Desa Tanjung Luar perlu adanya suatu dorongan dan kontribusi dari masyarakat untuk dapat memanfaatkan potensi sumber daya alam ataupun budaya yang ada di Desa Tanjung Luar untuk dapat mengembangkan Sumber Daya Manusia dan Pariwisata.

Dalam melakukan pengembangan daya tarik wisata yang ada di Desa Tanjung Luar ini memerlukan strategi yang dapat memanfaatkan sebaik mungkin potensi yang ada untuk di kembangkan, oleh karena itu pemerintah desa dapat lebih merangkul masyarakat untuk dapat mengembangkan potensi yang dimiliki Desa Tanjung Luar sebaik mungkin. Berdasarkan pada analisis diatas bahwa Desa Tanjung Luar perlu mempertahankan potensi alam ataupun budaya dengan cara meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dimiliki Desa Tanjung Luar.

Untuk mengembangkan Desa Wisata yang ada di Desa Tanjung Luar ini perlu adanya pengidentifikasian potensi yang dimiliki Desa Tanjung Luar dengan cara melibatkan masyarakat sebaik mungkin. Potensi yang dimiliki Desa Tanjung Luar

berupa wisata pantai, dan biota-biota laut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebaik mungkin dengan cara memberikan nilai tambah atau kreativitas dalam membangun tempat wisata untuk dapat menarik perhatian para wisatawan.

Untuk mendukung potensi yang ada di Desa Tanjung Luar Pemerintah Desa mampu untuk memberikan suatu inovasi kepada masyarakat untuk dapat menjaga sarana pendukung yang ada di kawasan tanjung luar, mengadakan fasilitas usaha masyarakat di kawasan wisata, membuat produk cinderamata khas dari tanjung luar untuk memberikan daya tarik kepada para wisatawan, pengelolaan wisata di kawasan Tanjung Luar bisa lebih maksimal lagi dengan cara memberikan pelatihan kepada pokdarwis ataupun masyarakat yang menjadi pengelola wisata, dan pemerintah desa bisa lebih memerhatikan potensi yang dimiliki desa untuk dapat dikembangkan lagi.

Desa Tanjung Luar mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Kemudahan Akses Jalan Desa Wisata Tanjung Luar, Memiliki Keindahan Alam Berupa Pasir Putih, Terumbu Karang, Memiliki Paket Wisata Seperti Alat Snorkling, dan Boat yang ada di Desa Tanjung Luar. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang

ada di Desa Tanjung Luar menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunity*, *Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Tanjung Luar, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Tanjung Luar.

Tabel 4.1.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESSES</i>
S1	Potensi Alam yang Indah		W1 Lokasi Wisata Yang Tidak Begitu Strategis
S2	Kemudahan Akses Jalan Desa Wisata Tanjung Luar		W2 Masih Kurangnya Partisipasi Dari Pemerintah Desa
S3	Biaya Retribusi Yang Sangat Murah		W3 Masih Belum Ada Tempat Sampah Yang Memadai
S4	Sikap Masyarakat Yang Ramah		W4 Kebersihan Lokasi Wisata Yang Kurang Bersih
S5	Memiliki Keindahan Alam Berupa Pasir Putih, Terumbu Karang,		W5 Promosi Yang Masih Belum Maksimal
S6	Memiliki Paket Wisata Seperti Alat Snorkling, Dan Boat		W6 Masih Kurangnya Kontribusi Dari Pemerintah Desa
S7	SDM Pengelola Yang Memadai		W7 Terbatasnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Desa Wisata

NO	FAKTOR EKSTERNAL		
<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>	
O1	Masuk Dalam 99 Desa Wisata yang di Sk Gubernur	T1	Ketidaksiapan Masyarakat Desa Wisata Terhadap Pembangunan Pariwisata
O2	Mengurangi Tingkat Pengangguran	T2	Persaingan Dengan Destinasi Wisata Lain
O3	Wisatawan Manca Negara Dapat Berkunjung ke Tanjung Luar	T3	Masih Belum ada Daya Dukung Program Pemerintah Desa Tidak Berkelanjutan
O4	Kemajuan UMKM yang ada di Desa Tanjung Luar	T4	Masih Kurangnya Kerjasama Masyarakat dan Pemerintah
O5	Menyerap Tenaga Kerja di Kawasan Desa Wisata	T5	Masih Belum ada Solusi Terkait Dengan Permasalahan Sampah
O6	Memiliki Jumlah Wisatawan Meningkat	T6	Lokasi yang Sulit di Jangkau
O7	Peningkatan Promosi Pemasaran yang Begitu Cepat	T7	Budaya Luar Mempengaruhi Budaya Lokal

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 4.1.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> Potensi Alam Yang Indah Kemudahan akses jalan desa wisata tanjung luar 	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi yang tidak strategis Kurangnya partisipasi dari pemerintah desa Belum ada tempat sampah yang memadai

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 3. Biaya retribusi yang sangat murah 4. Sikap masyarakat yang ramah 5. Memiliki keindahan alam berupa pasir putih, terumbu karang, gili, mangrove 6. Paket wisata lengkap seperti alat snorkling, dan boat 7. SDM pengelola yang memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Kebersihan lingkungan wisata yang kurang bersih 5. Promosi yang maksimal 6. Belum ada pengelolaan manajemen yang baik 7. Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang desa wisata
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masuk dalam icon desa wisata 2. Mengurangi tingkat pengangguran 3. Wisatawan mancanegara dapat berkunjung ke tanjung luar 4. Kemajuan UMKM yang ada di desa tanjung luar 5. Menyerap tenaga kerja di kawasan desa wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali Potensi Alam dan Buatan di kawasan tanjung luar 2. Melakukan Kerjasama Dengan travel-tavel 3. Melakukan Promosi Pariwisata yang ada di kawasan tanjung luar Melalui Media Sosial dan Pameran, Baik Tingkat Nasional 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Meningkatkan Pembangunan Sarana di kawasan tanjung luar 6. Membangun Komunikasi dan Koordinasi Antara Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa dan Pengelola Pariwisata di kawasan tanjung luar 7. Memperkuat Kelembagaan

<p>6. Memiliki jumlah wisatawan meningkat</p> <p>7. Strategi pemasaran pengelola wisata berjalan maksimal</p>	<p>Maupun Internasional .</p> <p>4. Memaksimalkan Pengembangan Pariwisata</p>	<p>dan Organisasi di kawasan tanjung luar</p> <p>8. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat v</p> <p>9. Meningkatkan Pemasaran Masyarakat Lokal di kawasan tanjung luar</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>8. Ketidaksiapan masyarakat desa wisata terhadap pembangunan pariwisata</p> <p>9. Persaingan dengan destinasi wisata lain</p> <p>10. Daya dukung program pemerintah desa tidak berkelanjutan</p> <p>11. Tidak ada perhatian dari pemerintah</p> <p>12. Tidak ada pengelola sampah</p> <p>13. Lokasi yang sulit di jangkau</p>	<p>5. Melakukan Pembinaan Kepada Masyarakat di Bidang Pariwisata</p> <p>6. Meningkatkan Partisipasi Dari Masyarakat Untuk Meningkatkan Pengembangan dan Penataan Pariwisata</p> <p>7. Meningkatkan Kualitas Manajemen di kawasan tanjung luar</p> <p>8. Meningkatkan Motivasi Kelompok Kegiatan Usaha di kawasan tanjung luar</p>	<p>9. Memaksimalkan Sarana di kawasan tanjung luar</p> <p>10. Mengadakan Fasilitas Usaha Masyarakat di kawasan tanjung luar</p> <p>11. Mengoptimalkan Pembinaan dan Pelatihan Kepada Masyarakat</p> <p>12. Mengadakan Sosialisasi Secara Berkala Mengenai Pariwisata di kawasan tanjung luar</p>

14. Budaya luar mempengaruhi budaya lokal		
---	--	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknesses* di atas :

Tabel 4.1.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength</i> (Kekuatan)			
Potensi Alam Yang Indah	0.2	4	0.8
Kemudahan Akses Jalan Desa Wisata Tanjung Luar	0.15	3	0.45
Biaya retribusi cukup mahal	0.13	3	0.39
Memiliki Keindahan Alam berupa pasir putih, terumbu karang, gili, mangrove	0.14	3	0.42
Paket wisata lengkap seperti alat snorkling, dan boat	0.15	3	0.45
SDM pengelola yang memadai	0.13	3	0.39
Kondisi wilayah dan keadaan fisik sangat alamiah dan masih terjaga	0.15	3	0.45
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.05		3.35
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)			
Lokasi yang tidak strategis	0.1	2	0.2

Kurangnya partisipasi dari pemerintah desa	0.15	3	0.45
Belum ada tempat sampah yang memadai	0.09	2	0.18
Kebersihan lingkungan wisata yang kurang bersih	0.1	2	0.2
Promosi yang masih belum maksimal	0.16	4	0.64
Belum ada pengelolaan manajemen yang baik	0.18	4	0.72
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang desa wisata	0.16	4	0.64
Jumlah Weaknesses (Kelemahan)	0.94		3.03
S-W=X	0.32		

Tabel 4.1.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Opportunity (Peluang)			
Masuk dalam icon desa wisata	0.18	4	0.72
Mengurangi tingkat pengangguran	0.1	3	0.3
Wisatawan manca negara dapat berkunjung ke tanjung luar	0.13	3	0.39
Menyerap tenaga kerja di kawasan desa wisata	0.13	3	0.39
Memeiliki jumlah wisatawan meningkat	0.16	4	0.64

Strategi pemasaran pengelola wisata berjalan maksimal	0.13	3	0.39
Tempat wisata yang kebersihannya terjaga	0.17	4	0.68
Jumlah Opportunity (Peluang)	1		3.51
Threat (Ancaman)			
Ketidaksiapan masyarakat desa wisata terhadap pembangunan pariwisata	0.13	3	0.39
Persaingan dengan destinasi wisata lain	0.15	4	0.6
Daya dukung program pemerintah desa tidak berkelanjutan	0.15	4	0.6
Tidak ada perhatian dari pemerintah	0.16	4	0.64
Tidak ada pengelola sampah	0.18	4	0.72
Lokasi yang sulit di jangkau	0.05	1	0.05
Budaya luar mempengaruhi budaya lokal	0.08	2	0.16
Jumlah Threat (Ancaman)	1.06		3.16
O-T=X	0.35		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 3,35

Weakness : -3,03

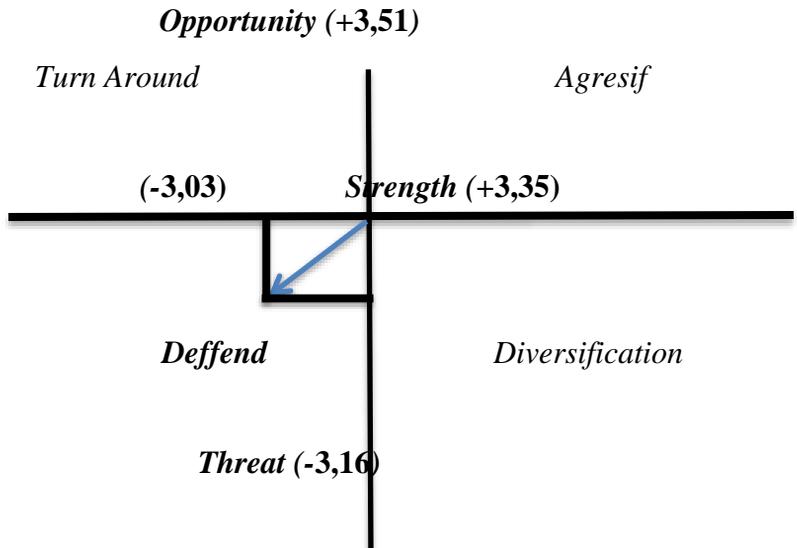
Opportunity : 3,51

Threats : -3,16

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*.

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 4.1. di bawah ini :

Grafik 4.1.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.5 di bawah ini:

Tabel 4.1.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknessess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : 3,35+ 3,51 = 6,86	Strategi WO : (-3,03) + 3,51 = 0,48
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : 3,35+ (-3,16) = (-0,19)	Strategi WT : (-3,03) + (-3,16) = (-6,19)

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 4.1. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Keruak, Desa Tanjung Luar berada pada Kuadran III yaitu Deffensif . Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran III Deffensif adalah situasi yang sangat berbahaya. Kawasan Tanjung Luar memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. (jangka pendek, menengah, Panjang)

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran III: Mendukung Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman)

Strategi yang bersumber dari *Weakness* dan *Threats* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal kemudian diminimalisir dapat digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Organisasi mengalami berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal. Strategi yang mendukung strategi *deffensive* (bertahan) adalah dengan melakukan berbagai tindakan yang bersifat inovatif. Berdasarkan hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Keruak di Desa Tanjung Luar, strategi WT (*Weakness - Threats*) yang dapat dilakukan adalah: Memaksimalkan sarana pendukung di kawasan pantai Tanjung Luar, dengan cara memberikan sarana yang

dibutuhkan di kawasan Tanjung Luar tersebut seperti pengadaan lahan parkir, tempat sampah. Mengadakan fasilitas usaha masyarakat di kawasan Tanjung Luar, pengadaan fasilitas ini seperti pengadaan tempat produksi atau tempat jualan hasil kerajinan masyarakat lokal guna penunjang kegiatan usaha di kawasan Tanjung Luar. Mengadakan sosialisasi secara berkala tentang pariwisata halal kepada masyarakat di kawasan Tanjung Luar, guna memberikan pemahaman dan pola pikir tentang pengelolaan pariwisata. Mengoptimalkan pembinaan dan pelatihan keterampilan pada masyarakat di kawasan Tanjung Luar, pelatihan dan keterampilan yang di diberikan adalah pelatihan *tour guide*, pemandu wisata, pelatihan kuliner, pelatihan tentang promosi, pelatihan pokdarwis, pelatihan travel agent, pelatihan pengelolaan desa wisata.

Adapun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Desa Tanjung Luar, Kecamatan Keruak, Kabupaten Lombok Timur adalah sebagai berikut: Kuadran III Deffensif adalah situasi yang sangat berbahaya. Kawasan Tanjung Luar memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya sehingga strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. Pemerintah

desa, pengelola, masyarakat tanjung luar harus bersinergi dalam mempertahankan desa wisata yang ada di Tanjung Luar. Pemerintah Desa Tanjung Luar harus berupaya keras dalam mengelola Desa Wisata yang ada di Tanjung Luar karena tujuan utama dalam Desa Wisata adalah mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemerintah maupun pengelola harus benar-benar mampu memanfaatkan kekuatan maupun peluang yang ada di kawasan tanjung luar, sehingga menghasilkan strategi pengembangan pariwisata di Tanjung Luar guna menujung manajemen dan pengembangan destinasi yang lebih baik. Kekuatan yang dimilikinya harus digunakan dengan semaksimal mungkin agar dapat memanfaatkan segala peluang yang ada dengan sebaik – baiknya. Pemerintah dan pengelola harus mampu menggali atau melihat potensi wisata alam dan buatan, penataan objek-objek wisata dan mengembangkan kegiatan usaha, Budaya kuliner, kerajinan, dan kesenian, melakukan kerjasama dengan travel-travel yang ada di Lombok, Melakukan promosi pariwisata halal melalui berbagai media sosial dan pameran baik dalam tingkat Nasional maupun Internasional.

2. Desa Wisata Sekaroh

Wisata menjadi tempat yang sering kali dikunjungi oleh para wisatawan salah satunya wisata pantai pink yang berada di Desa Sekaroh, Kecamatan Jerowaru, Kabupaten Lombok Timur. Desa Sekaroh memiliki banyak potensi berupa pantai, hutan, pertanian, mutiara, dan keindahan alam lainnya. Bahkan Desa Sekaroh memiliki Hotel Bintang 4 yaitu Jeeva Beloam, Desa Sekaroh juga memiliki tempat camping untuk menikmati tebing-tebing indah dan pantai pink yang menjadi tempat favorit bagi para wisatawan untuk dapat menikmati pasir pink yang berada di Pantai Pink Desa Sekaroh. Saat ini Desa Sekaroh mengalami banyak perubahan baik dari akses jalan ataupun SDM-nya yang menjadi dorongan untuk dapat mengedepankan Desa Sekaroh menjadi Desa Wisata, hanya saja hal ini tetap menjadi permasalahan desa karena jarak tempuh yang sangat jauh dan masih minim keamanan yang ada di Desa Sekaroh sehingga hal tersebut menjadi kendala bagi Pemerintah Desa Sekaroh agar mampu untuk mengembangkan lebih maksimal potensi yang ada di Desa Sekaroh.

Untuk dapat melakukan pengembangan wisata dalam menarik perhatian para wisatawan sehingga Pemerintah Desa mampu untuk mengidentifikasi secara menyeluruh dan maksimal dalam mengatasi

beberapa kendala yang dirasakan oleh masyarakat ataupun wisatawan. Dapat dilihat bahwa Desa Sekaroh memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan seperti hasil analisis diatas sehingga pemerintah desa dapat memanfaatkan sebaik mungkin kekuatan yang dimilikinya dengan cara meminimalisir kelemahan yang dimilikinya begitu juga dengan mengembangkan peluang dan menghindari ancaman yang dimiliki Desa Sekaroh sehingga hal tersebut menjadi perhatian utama bagi Pemerintah Desa Sekaroh.

Dalam mengembangkan Desa Wisata yang ada di Desa Sekaroh pemerintah desa memerlukan beberapa tindakan dengan cara mengidentifikasi potensi yang dimiliki Desa Sekaroh dan mampu untuk mengatasi kendala yang dihadapinya dengan cara memberikan solusi yang tepat kepada masyarakat dan pokdarwis guna untuk mengembangkan Desa Sekaroh menjadi Desa Wisata yang ramai pengunjung.

Banyaknya potensi alam berupa pantai, pertanian, perkebunan, hutan dan hasil laut menjadikan Desa Sekaroh menjadi sorotan utama bagi para wisatawan, hal tersebut dapat terwujud jika pemerintah desa mampu memberikan suatu inovasi kepada masyarakat untuk dapat memanfaatkan sebaik mungkin potensi yang dimiliki Desa Sekaroh dengan penataan objek-objek wisata dan paket wisata yang unik dengan

melibatkan masyarakat untuk melakukan beberapa atraksi khas dari Desa Sekaroh.

Untuk dapat mendukung potensi yang ada di Desa Sekaroh ini Pemerintah desa mampu untuk mengembangkan secara maksimal untuk meningkatkan SDA, SDM, sarana dan prasarana untuk memudahkan para wisatawan jika ingin berkunjung. Pemerintah desa dapat memberikan kontribusi yang lebih maksimal bagi masyarakat untuk dapat memberikan sarana prasarana yang ada di Pantai Pink seperti toilet dan jalan yang memadai karena hal tersebut menjadi keluhan beberapa wisatawan saat menikmati pantai pink. Oleh sebab itu pemerintah desa dapat memanfaatkan masyarakat sekitar untuk lebih memerhatikan dan menjaga kelestarian wisata yang ada di Desa Sekaroh.

Desa Sekaroh mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Adanya budidaya mutiara, Memiliki potensi pertanian jagung, dan memiliki *home stay*. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Sekaroh menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Sekaroh, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Sekaroh.

Tabel 4.2.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESESS</i>
S1	Masuk Dalam Ikon Desa Wisata	W1	Akses Jalan Menuju Destinasi Wisata Kurang Bagus
S2	Memiliki Keindahan Alam yang Indah	W2	Kurang Kuat Akses Internet di Desa Sekaroh
S3	Memiliki Tempat Penginapan di Tempat Wisata	W3	Kurangnya Bantuan Material dari Desa Untuk Pembangunan Wisata
S4	Adanya Budidaya Mutiara	W4	Kurangnya Manajemen Pengelolaan Wisata Pantai Pink
S5	Jeeva Beloam Bekerja Sama Dengan Dinas Kehutanan	W5	Sarana dan Prasarana di Pantai Pink tidak Memadai
S6	Memiliki Potensi Pertanian Jagung	W6	Tidak Adanya Tempat Ganti/Toilet di Pantai Pink
S7	Destinasi Wisata yang Go Internasional	W7	Belum disediakan Tempat Pembuangan Sampah
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Home Stay Jeeva Beloam Sudah Go Internasional	T1	Kurangnya Perhatian Pemerintah Dalam Pembangunan Pariwisata
O2	Pantai Pink Sudah Menjadi Wisata Internasional	T2	Kurangnya Pemahaman Masyarakat Dalam Pariwisata
O3	Terbantunya Masyarakat Dalam Meningkatkan	T3	Tidak Adanya Akses Keuangan/ATM Untuk Wisatawan

	Pendapatan Melalui Pariwisata		
O4	Adanya Paket Wisata	T4	Kurang Mendukungnya Pengelolaan Wisata di Desa Sekaroh
O5	Budidaya Mutiara Sudah Ekspor Luar Daerah	T5	Adanya Persaingan Destinasi Wisata
O6	Hasil Laut dan Pertanian Sudah di Ekspor	T6	Wisata Sudah Go Internasional Tetapi Fasilitas yang Disediakan Tidak Memadai
O7	Jeeva Beloam Menjadi Home Stay Bintang 4	T7	Keamanan di Desa Sekaroh Masih Rawan

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matrik Analisis SWOT

Tabel 4.2.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknessess</i>
	<ol style="list-style-type: none"> Masuk dalam ikon Desa Wisata Memiliki keindahan alam yang indah Memiliki tempat penginapan di tempat wisata Adanya budidaya mutiara Jeeva beloam bekerja sama 	<ol style="list-style-type: none"> Akses jalan menuju destinasi wisata kurang bagus Kurang kuat akses internet di desa sekaroh Kurangnya bantuan material dari desa untuk pembangunan wisata Kurangnya manajemen pengelolaan

Faktor Eksternal	<p>dengan dinas kehutanan</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Memiliki potensi pertanian jagung 7. Destinasi wisata yang go Internasional 	<p>wisata pantai pink</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Sarana dan prasarana di pantai pink tidak memadai 6. Tidak adanya tempat ganti/toilet di pantai pink 7. Belum disediakan tempat pembuangan sampah
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Home stay Jeeva Beloam sudah go internasional 2. Pantai pink sudah menjadi wisata internasional 3. Terbantunya masyarakat dalam meningkatkan pendapatan melalui pariwisata 4. Adanya paket wisata 5. Budidaya mutiara sudah ekspor luar daerah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pokdarwis atau pengelola wisata dapat menyediakan paket wisata dari jeeva beloam menuju pantai pink 2. Potensi pariwisata di desa sekaroh dapat dimaksimalkan lagi berupa penyediaan fasilitas 3. Masyarakat dapat melakukan berbagai inovasi atau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelola jeeva beloam dapat lebih mengkondisikan akses jalan menuju tempat wisata jeeva beloam tersebut 2. Pemerintah desa dapat memberikan pelayanan internet kepada wisatawan yang datang berkunjung 3. Pemerintah desa dapat lebih berkontribusi dalam pengelolaan pariwisata

<p>6. Hasil laut dan pertanian sudah di ekspor</p> <p>7. Jeeva Beloam menjadi home stay bintang 4</p>	<p>menghias akses jalan menuju tempat wisata</p> <p>4. Paket wisata yang disediakan oleh pengelola wisata lebih dimaksimalkan untuk para wisatawan baik dari pelayanan harga retribusi ataupun tempat wisatanya</p> <p>Potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh desa sekaroh dapat dimanfaatkan oleh pengelola untuk menjalin Kerjasama lebih lanjut dengan pihak ketiga</p>	<p>dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai pengelolanya</p> <p>4. Masyarakat dapat berkreasi untuk memperbaiki pengelolaan yang ada di pantai pink</p> <p>5. Pengelola jeeva beloam dapat memaksimalkan lagi paket wisata untuk wisatawan membudidaya Mutiara</p> <p>6. Pemerintah desa dapat memberikan fasilitas yang memadai untuk toilet di pantai pink</p>
<p>Threats (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<p>1. Kurangnya perhatian pemerintah dalam pembangunan pariwisata</p>	<p>1. Pemerintah desa dapat memberikan kontribusi yang lebih maksimal untuk</p>	<p>1. Wisata pantai pink dapat dikembangkan lagi baik dari segi pengelolaannya,</p>

<p>2. Kurangnya pemahaman masyarakat dalam pariwisata</p> <p>3. Tidak adanya akses keuangan/Atm untuk wisatawan</p> <p>4. Kurang mendukungnya pengelolaan wisata di desa sekaroh</p> <p>5. Adanya persaingan destinasi wisata</p> <p>6. Wisata sudah go internasional tetapi fasilitas yang disediakan tidak memadai</p> <p>7. Keamanan di desa sekaroh masih rawan</p>	<p>pengembangan pariwisata</p> <p>2. Pengelola jeeva beloam dapat memanfaatkan masyarakat lokal untuk dapat bekerja untuk mengelola wisata jeeva beloam</p> <p>3. Pemerintah desa dapat memberikan masyarakat kesempatan untuk membuka agen BRI Link untuk mempermudah wisatawan</p> <p>4. Potensi Mutiara di desa sekaroh dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk dapat melibatkan desa dalam pengeskporan Mutiara</p> <p>5. Wisata jeeva beloam dapat</p>	<p>kebersihan, dan keamanannya</p> <p>2. Masyarakat desa sekaroh dapat memberikan kontribusi yang lebih maximal untuk melakukan pemberdayaan pariwisata</p> <p>3. Pengelola wisata dapat mempertahankan potensi wisata yang sudah ada Pemerintah desa dapat lebih berkontribusi untuk dapat mengembangkan potensi wisata</p>
---	--	--

	<p>dijadikan sebagai potensi wisata yang memiliki ciri khas tersendiri dari Desa Sekaroh</p> <p>6. Potensi pertanian yang dimiliki Desa Sekaroh dapat dimanfaatkan oleh para pemuda untuk menciptakan tempat wisatawan yang memiliki ciri khas tersendiri</p>	
--	---	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 4.2.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor strategis internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Masuk dalam ikon Desa Wisata	0.17	4	0.68
Memiliki keindahan alam yang indah	0.18	4	0.72

Memiliki tempat penginapan di tempat wisata	0.14	4	0.56
Adanya budidaya mutiara	0.16	4	0.64
Jeeva beloam bekerja sama dengan dinas kehutanan	0.17	4	0.68
Memiliki potensi pertanian jagung	0.16	4	0.64
Destinasi wisata yang go Internasional	0.15	4	0.6
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.13		4.52
Weaknesess (Kelemahan)			
Akses jalan menuju destinasi wisata kurang bagus	0.18	4	0.72
Kurang kuat akses internet di desa sekaroh	0.17	4	0.68
Kurangnya bantuan material dari desa untuk pembangunan wisata	0.16	4	0.64
Kurangnya manajemen pengelolaan wisata pantai pink	0.16	4	0.64
Sarana dan prasarana di pantai pink tidak memadai	0.19	4	0.76
Tidak adanya tempat ganti/toilet di pantai pink	0.17	4	0.68
Belum disediakan tempat pembuangan sampah	0.17	4	0.68
Jumlah Weaknesess (Kelemahan)	1.2		4.8
S-W=X	-0.28		

Tabel 4.2.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analisis Summary/EFAS)

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Home stay Jeeva Beloam sudah go internasional	0.18	4	0.72
Pantai pink sudah menjadi wisata internasional	0.17	4	0.68
Terbantunya masyarakat dalam meningkatkan pendapatan melalui pariwisata	0.18	4	0.72
Adanya paket wisata	0.17	4	0.68
Budidaya mutiara sudah ekspor luar daerah	0.18	4	0.72
Hasil laut dan pertanian sudah di ekspor	0.18	4	0.72
Jeeva Beloam menjadi home stay bintang 4	0.19	4	0.76
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.25		5
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Kurangnya perhatian pemerintah dalam pembangunan pariwisata	0.17	4	0.68
Kurangnya pemahaman masyarakat dalam pariwisata	0.16	4	0.64
Tidak adanya akses keuangan/ATM untuk wisatawan	0.17	4	0.68

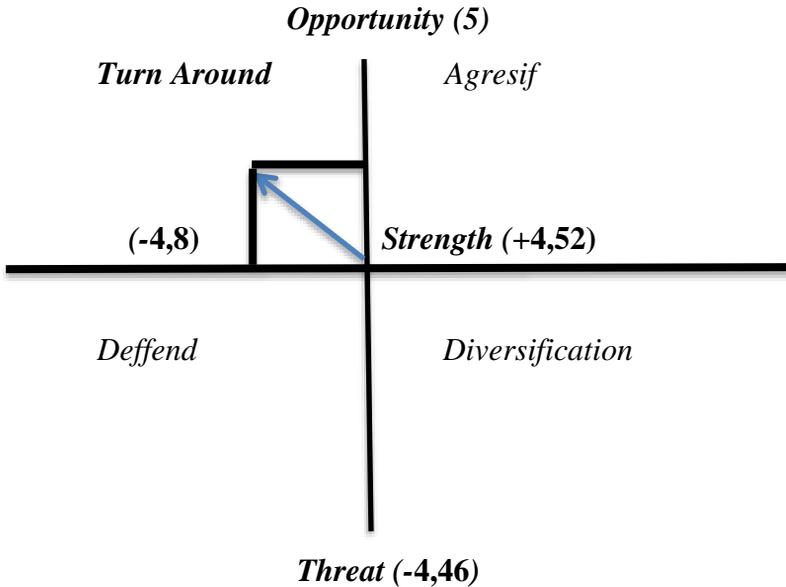
Kurang mendukungnya pengelolaan wisata di desa sekaroh	0.15	4	0.6
Adanya persaingan destinasi wisata	0.14	3	0.42
Wisata sudah go internasional tetapi fasilitas yang disediakan tidak memadai	0.18	4	0.72
Keamanan di desa sekaroh masih rawan	0.18	4	0.72
Jumlah Threat (Ancaman)	1.15		4.46
O-T==X	0.54		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,52
Weakness : (-4,8)
Opportunity : 5
Threats : (-4,46)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness* , dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT pada sumbu X didapatkan dari IFAS sebesar -0,28 sedangkan sumbu Y didapatkan dari EFAS sebesar 0,54 yang dapat dilihat pada Grafik 4.2. di bawah ini:

Grafik 4.2.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.5 di bawah ini:

Tabel 4.2.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknessess (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $4,52 + 5 = 9,52$	Strategi WO : $(-4,8) + 5 = 0,2$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $4,52 + (-4,46) = (-0,06)$	Strategi WT : $(-4,8) + (-4,46) = (-9,26)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 4.2. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Jerowaru, Desa Sekaroh berada pada Kuadran IV yaitu *Turn Around*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran IV *Turn Around* adalah situasi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang. Kawasan Sekaroh memiliki Kelemahan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mengatur cara untuk dapat meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Sekaroh. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mengatur ulang strategi yang dibutuhkan dengan cara lebih perkuat peluang yang dimilikinya dan meminimalisirkan kelemahan yang dimilikinya.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran IV: Mendukung Strategi WO (Kelemahan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari *Weaknesses* dan *Opportunities* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi turnaround (putar balik) dalam artian mengambil beberapa langkah untuk mengatasi berbagai kelemahan yang dihadapi secara internal agar peluang dapat dimanfaatkan. Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Keruak di Desa Tanjung Luar, strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*) yang dapat dilakukan adalah: Meningkatkan pembangunan sarana di kawasan Sekaroh dengan cara membangun infrastruktur yang di kawasan Sekaroh untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung. Membangun komunikasi dan koordinasi yang baik antara pengelolaan pariwisata di kawasan Sekaroh, pemerintah Desa dan pemerintah Daerah, komunikasi dan koordinasi dilakukan secara bertahap terkait dengan perkembangan pariwisata di kawasan Sekaroh, melakukan pertemuan baik secara formal maupun non formal. Memperkuat kelembagaan masyarakat dengan yang berperan langsung dalam

pengembangan pariwisata di kawasan Sekaroh. Mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat berbasis kerakyatan di kawasan Sekaroh, dengan cara masyarakat menjadi subjek dalam pembangunan ekonomi dengan memberdayakan diri sendiri melalui jasa atau usaha yang ditawarkan guna meningkatkan pertumbuhan perekonomian mereka sendiri. Memasarkan kerajinan masyarakat lokal di kawasan Sekaroh, dengan cara memberikan fasilitas produksi ataupun fasilitas penjualan produk olahan masyarakat lokal agar tidak kalah bersaing dengan produk-produk yang ada di luar kawasan Sekaroh.

3. Desa Wisata Jerowaru

Hasil budidaya yang melimpah baik berupa hasil budidaya ikan tawar, tangkapan ikan laut, dan lobster. Tidak kalah juga dengan potensi hutan bakau yang memukau dengan berbagai keindahan alamnya seperti wisata hutang mangrove dan bale lobster yang berada di Desa Jerowaru, Kecamatan Jerowaru, Kabupaten Lombok Timur. Desa Jerowaru memiliki wisata unggulan baik berupa wisata pantai, hutan bakau, lobster, peninggalan benda bersejarah, dan budaya yang masih kental. Saat ini Desa Jerowaru memiliki potensi yang sangat mendukung untuk mengembangkan baik dari SDA ataupun SDM-nya

dengan menggunakan strategi yang sangat mendukung adanya peluang yang dapat dikembangkan bagi Desa Jerowaru hanya saja kelemahan yang dimilikinya masih sangatlah banyak sehingga pemerintah desa ataupun pokdarwis mampu untuk mengatur ulang potensi yang dimilikinya dengan cara melakukan berbagai inovasi dan berkreasi dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada di Desa Jerowaru.

Untuk dapat melakukan pengembangan wisata di Desa Jerowaru Pemerintah Desa ataupun Pokdarwis sehingga hal ini perlu dilakukannya identifikasi ataupun tindakan ulang untuk dapat mengembangkan dapat dilihat dari hasil analisis diatas sehingga hal ini dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Pemerintah Desa, Pokdarwis, ataupun Masyarakat untuk dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki Desa Jerowaru dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki Desa Jerowaru.

Dalam mengembangkan Desa Wisata di Desa Jerowaru ini pemerintah desa ataupun pokdarwis mampu untuk melibatkan kembali masyarakat secara menyeluruh untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, pemerintah desa juga mampu untuk mendukung pembangunan sarana dan prasarana yang memadai dengan cara mengidentifikasi ulang potensi apa saja yang dimiliki Desa Jerowaru untuk

mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah desa dalam mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Jerowaru. Hal tersebut perlu dilakukan untuk dapat menembangkan Desa Jerowaru menjadi Desa Wisata yang menjadi wisata yang kaya akan potensi wisata bahari.

Dari potensi-potensi yang sangat mendukung adanya wisata yang ada di Desa Jerowaru sehingga pemerintah desa ataupun pokdarwis mampu untuk memanfaatkan SDA dan SDM dalam melakukan sebuah inovasi baru dari suatu wisata yang menjadikan wisata di Desa Jerowaru ini menjadi sangat terkenal, masyarakat dapat sekitar dapat melestarikan wisata alam ataupun budaya dengan melakukan beberapa event, dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat melalui wisata yang ada di Desa Jerowaru.

Desa Jerowaru mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki potensi alam, kuliner, budaya dan laut, Branding wisata kampung lobster dan pohon mangrove, Masuk dalam kalender tahunan wisata kabupaten. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Jerowaru menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat* (*SWOT*) untuk melakukan analisis identifikasi

potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Jerowaru, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Jerowaru.

Tabel 4.3.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESESS</i>
S1	Memiliki Potensi Alam, Kuliner, Budaya dan Laut	W1	Manajemen Pengelolaan Wisata Masih Belum Maksimal
S2	Branding Wisata Kampung Lobster dan Pohon Mangrove	W2	Desa Wisata Masih Belum Sistematis
S3	Biaya Retribusi yang Sangat Murah	W3	Akses Jalan Menuju Tempat Wisata Kurang Bagus
S4	Memiliki Rumah Budaya dan Sejarah	W4	Kebersihan Lingkungan Wisata yang Kurang Bersih
S5	Memiliki UMKM Asli Dari Desa.	W5	Promosi yang Masih Belum Maksimal
S6	Masuk Dalam Kalender Tahunan Wisata Kabupaten	W6	Lebih Berfokus ke Infrastruktur
S7	Memiliki Paket Wisata	W7	Terbatasnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Pariwisata
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Masuk Dalam Kalender Desa Wisata Tahunan	T1	Kurangnya Dukungan Keberlanjutan Pariwisata Dari Desa
O2	Wisata Bale Mangrove Sudah Mendapatkan	T2	Kurangnya Konsep Pengelolaan Wisata

	Dukungan Dari Dinas Pariwisata		
O3	Memfaatkan Masyarakat Sekitar Dalam Pengelolaan Wisata	T 3	Belum ada Dukungan Sepenuhnya Dari Masyarakat
O4	Memiliki UMKM Kopi Mangrove Asli Dari Jerowaru	T 4	Belum ada Feedback yang di Hasilkan Dari Wisata Mangrove Kepada Masyarakat
O5	Tempat Wisata Sering dijadikan Tempat Edukasi	T 5	Kurangnya Sarana yang diberikan Oleh Pemdes
O6	Cukup Banyak Wisatawan Asing Maupun Lokal yang Berkunjung	T 6	Lokasi Yang Sulit di Jangkau
O7	Hasil Laut Sudah di Ekspor	T 7	Adanya Ego Sektoral Antar Dusun Tentang Tempat Wisata

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 4.3.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi alam, kuliner, budaya dan laut 2. Branding wisata kampung lobster, pohon mangrove 3. Biaya retribusi yang sangat murah 4. Memiliki rumah budaya dan sejarah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemenn pengelolaan wisata masih belum maksimal 2. Desa wisata masih belum sistematis 3. Akses jalan menuju tempat wisata kurang bagus 4. Kebersihan lingkungan

Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 5. Memiliki UMKM asli dari desa 6. Masuk dalam kalender tahunan wisata kabupaten 7. Memiliki paket wisata 	<p>wisata yang kurang bersih</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Promosi yang masih belum maksimal 6. Lebih berfokus ke infrastruktur 7. Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masuk dalam kalender desa wisata tahunan 2. Wisata bale mangrove sudah mendapatkan dukungan dari dinas pariwisata 3. Memanfaatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan wisata 4. Memiliki UMKM kopi mangrove asli dari jerowaru 5. Tempat wisata sering dijadikan tempat edukasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali Potensi Alam dan Buatan di kawasan tanjung luar 2. Melakukan Kerjasama Dengan travel-tavel 3. Melakukan Promosi Pariwisata yang ada di kawasan tanjung luar Melalui Media Sosial dan Pameran, Baik Tingkat Nasional Maupun Internasional . 4. Memaksimalkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Pembangunan Sarana di kawasan tanjung luar 2. Membangun Komunikasi dan Koordinasi Antara Pemerintah Daerah, Pemerintah Desa dan Pengelola Pariwisata di kawasan tanjung luar 3. Memperkuat Kelembagaan dan Organisasi di kawasan tanjung luar 4. Mendorong Pertumbuhan

<p>6. Cukup banyak wisatawan asing maupun lokal yang berkunjung</p> <p>7. Hasil laut sudah di ekspor</p>	<p>Pengembangan Pariwisata</p>	<p>Ekonomi Masyarakat v</p> <p>5. Meningkatkan Pemasaran Masyarakat Lokal di kawasan tanjung luar</p>
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Kurangnya dukungan keberlanjutan pariwisata dari desa</p> <p>2. Kurangnya konsep pengelolaan wisata</p> <p>3. Belum ada dukungan sepenuhnya dari masyarakat</p> <p>4. Belum ada feedback yang dihasilkan dari wisata mangrove kepada masyarakat</p> <p>5. Kurangnya sarana yang diberikan oleh pemdes</p> <p>6. Lokasi yang sulit di jangkau</p>	<p>1. Melakukan Pembinaan Kepada Masyarakat di Bidang Pariwisata</p> <p>2. Meningkatkan Partisipasi Dari Masyarakat Untuk Meningkatkan Pengembangan dan Penataan Pariwisata</p> <p>3. Meningkatkan Kualitas Manajemen di kawasan tanjung luar</p> <p>4. Meningkatkan Motivasi Kelompok Kegiatan Usaha di kawasan tanjung luar</p>	<p>1. Memaksimalkan Sarana di kawasan tanjung luar</p> <p>2. Mengadakan Fasilitas Usaha Masyarakat di kawasan tanjung luar</p> <p>3. Mengoptimalkan Pembinaan dan Pelatihan Kepada Masyarakat</p> <p>4. Mengadakan Sosialisasi Secara Berkala Mengenai Pariwisata di kawasan tanjung luar</p>

7. Adanya ego sektorl antar dusun tentang tempat wisata		
---	--	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weaknessess* diatas :

Tabel 4.3.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki potensi alam, kuliner, budaya dan laut	0.18	4	0.72
Branding wisata kampung lobster dan pohon mangrove	0.18	4	0.72
Biaya retribusi yang sangat murah	0.15	4	0.6
Memiliki rumah budaya dan sejarah	0.18	4	0.72
Memiliki UMKM asli dari Desa.	0.17	4	0.68
Masuk dalam kalender tahunan wisata kabupaten	0.17	4	0.68
Memiliki paket wisata	0.18	4	0.72
Jumlah Strength (Kekuatan)	1.21		4.84

Weakness (Kelemahan)			
Manajemen pengelolaan wisata masih belum maksimal	0.18	4	0.72
Desa wisata masih belum sistematis	0.18	4	0.72
Akses jalan menuju tempat wisata kurang bagus	0.18	4	0.72
Kebersihan lingkungan wisata yang kurang bersih	0.16	4	0.64
Promosi yang masih belum maksimal	0.17	4	0.68
Lebih berfokus ke infrastruktur	0.18	4	0.72
Terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata	0.17	4	0.68
Jumlah (Kelemahan)	1.03		4.88
S-W=X	-0.04		

Tabel 4.3.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Masuk dalam kalender desa wisata tahunan	0.19	4	0.76
Wisata bale mangrove sudah mendapatkan	0.17	4	0.68

dukungan dari dinas pariwisata			
Memanfaatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan wisata	0.15	3	0.45
Memiliki UMKM Kopi Mangrove asli dari jerowaru	0.14	3	0.42
Tempat wisata sering dijadikan tempat edukasi	0.18	4	0.72
Cukup banyak wisatawan asing maupun lokal yang berkunjung	0.19	4	0.76
Hasil Laut sudah di ekspor	0.19	4	0.76
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.21		4.55
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Kurangnya dukungan keberlanjutan pariwisata dari desa	0.17	4	0.68
Kurangnya konsep pengelolaan wisata	0.16	4	0.64
Belum ada dukungan sepenuhnya dari masyarakat	0.18	4	0.72
Belum ada feedback yang di hasilkan dari wisata mangrove kepada masyarakat	0.14	3	0.42
Kurangnya sarana yang diberikan oleh pemdes	0.16	4	0.64

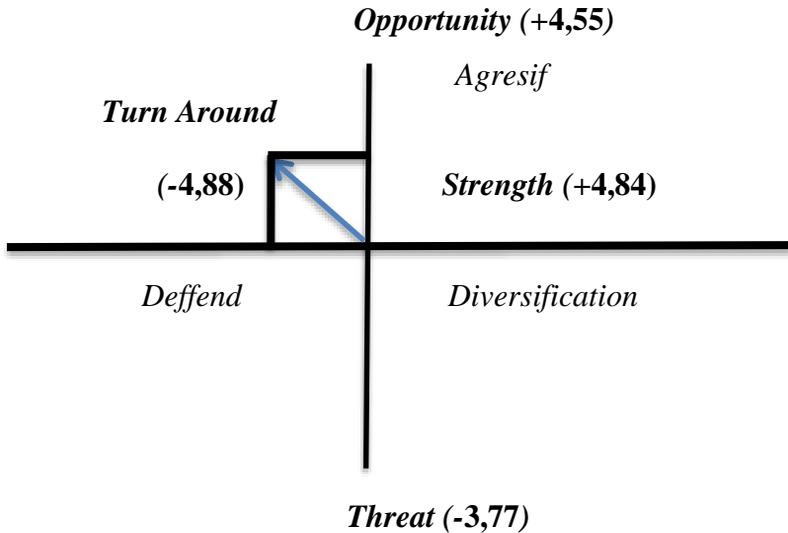
Lokasi yang sulit di jangkau	0.17	4	0.68
Adanya ego sektoral antar dusun tentang tempat wisata	0.15	3	0.45
Jumlah Threat (Ancaman)	1.06		3.77
O-T==X	0.78		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,84
Weaknesess : (-4.88)
Opportunity : 4,55
Threats : (-3,77)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weaknesess*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 4.3. di bawah ini :

Grafik 4.3.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.5 di bawah ini:

Tabel 4.3.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknessess (W)
Opportunities (O)	Strategi SO : $4,84 + 4,55 = 9,39$	Strategi WO : $(-4,88) + 4,55 = 0,33$
Threats (T)	Strategi ST : $4,84 + (-3,77) = (-1,07)$	Strategi WT : $(-4,88) + (-3,77) = (-8,65)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 4.3. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Jerowaru, Desa Jerowaru berada pada Kuadran IV yaitu *Turn Around*. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut:

Kuadran IV *Turn Around* adalah situasi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang. Kawasan Jerowaru memiliki Kelemahan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mengatur cara untuk dapat meningkatkan potensi wisata yang ada di Desa Jerowaru. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mengatur ulang strategi yang dibutuhkan dengan cara lebih perkuat peluang yang dimilikinya dan meminimalisirkan kelemahan yang dimilikinya.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang

bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran IV: Mendukung Strategi WO (Kelemahan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari *Weakness* dan *Opportunities* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi turnaround (putar balik) dalam artian mengambil beberapa langkah untuk mengatasi berbagai kelemahan yang dihadapi secara internal agar peluang dapat dimanfaatkan. Berdasarkan hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Jerowaru di Desa Jerowaru, strategi WO (*Weakness - Opportunities*) yang dapat dilakukan adalah : Meningkatkan pembangunan sarana di kawasan Jerowaru dengan cara membangun infrastruktur yang di kawasan Jerowaru untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang akan berkunjung. Membangun komunikasi dan koordinasi yang baik antara pengelolaan pariwisata di kawasan Jerowaru, pemerintah Desa dan pemerintah Daerah, komunikasi dan koordinasi dilakukan secara bertahap terkait dengan perkembangan pariwisata di kawasan

Jerowaru, melakukan pertemuan baik secara formal maupun non formal. Menguatkan kelembagaan masyarakat dengan yang berperan langsung dalam pengembangan pariwisata di kawasan Jerowaru. Mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat berbasis kerakyatan di kawasan Jerowaru, dengan cara masyarakat menjadi subjek dalam pembangunan ekonomi dengan memberdayakan diri sendiri melalui jasa atau usaha yang ditawarkan guna meningkatkan pertumbuhan perekonomian mereka sendiri. Memasarkan kerajinan masyarakat lokal di kawasan Jerowaru, dengan cara memberikan fasilitas produksi ataupun fasilitas penjualan produk olahan masyarakat lokal agar tidak kalah bersaing dengan produk-produk yang ada di luar kawasan Jerowaru.

4. Desa Wisata Labuhan Pandan

Desa Labuan Pandan berada di ujung timur Pulau Lombok dan memiliki potensi wisata 3 gili yaitu Gili Petagan, Bidara, dan Kondo bahkan. Desa Labuan Pandan menjadi tempat wisata dataran rendah dan menjadi jalur provinsi sehingga banyak wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Labuan Pandan. Wisata yang dimiliki Desa Labuan Pandan sangat banyak baik berupa wisata Pantai, Gili, Hutan. Budaya, bahkan penginapan untuk wisatawan. Desa Labuan

Pandan perlu mengadakan suatu inovasi baru untuk melakukan pengembangan potensi wisata yang ada di Desa Labuan Pandan.

Dalam melakukan suatu pengembangan wisata yang ada di Desa Labuan Pandan diperlukan beberapa strategi untuk mampu mengelola wisata secara maksimal. Oleh karena itu pemerintah desa mampu untuk melakukan identifikasi secara menyeluruh untuk dapat mengetahui potensi apa saja yang dapat dikembangkan oleh Pemerintah Desa. Berdasarkan pada analisis diatas bahwa Desa Labuan Pandan perlu melakukan suatu perencanaan ulang dalam penataan objek-objek wisata dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki Desa Labuan Pandan dan mampu memperbaiki kelemahan yang dimiliki Desa Labuan Pandan.

Untuk mengembangkan Desa Labuan Pandan menjadi Desa Wisata diperlukannya identifikasi yang mendalam untuk mampu mengetahui kendala yang dirasakan oleh masyarakat dalam mengelola wisata yang ada di Desa Labuan Pandan. Dapat dilihat bahwa Desa Labuan Pandan memiliki potensi wisata pantai, gili, dermaga, dan budaya sehingga hal ini mampu untuk melibatkan pemerintah desa dalam mengelola wisata dengan cara menyeluruh baik dari penataan objek wisata dan kelestariannya.

Dapat dilihat dari kesiapan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan wisata yang ada di Desa Labuan Pandan sehingga hal ini menjadi suatu peluang bagi pemerintah desa untuk dapat memaksimalkan pengelolaan wisata terutama di wisata pantai. Sehingga untuk dapat mendukung potensi wisata yang ada di Desa Labuan Pandan pemerintah desa mampu untuk mengatur secara menyeluruh dan memulai kembali penataan objek-objek wisata dengan memanfaatkan peluang yang ada di Desa Labuan Pandan dengan cara melibatkan masyarakat sekitar untuk dapat mengembangkan dan melestarikan dan memberikan suatu inovasi baru bagi para wisatawan untuk dapat dikembangkan.

Desa Labuan Pandan mempunyai berbagai macam potensi ekonomi ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Memiliki potensi wisata Bahari, Wisata pantai pulau kembar sudah go internasional, Memiliki UMKM abon ikan, keripik pisang, *Home Stay* dan sapu lidi. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Labuan Pandan menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat* (SWOT) untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang

ada di Desa Labuan Pandan, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Labuan Pandan.

Tabel 4.4.1
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
	<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESESS</i>
S1	Memiliki Potensi Wisata Bahari	W1	Pengelolaan Wisata Masih Kurang Maksimal
S2	Adanya Kerja Sama Dengan Pokdarwis Dengan Pemerintah Desa	W2	Sarana dan Prasarana Yang Kurang Memadai
S3	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Cukup Bagus	W3	Kondisi Sampah di Tempat Wisata Tidak Terkendali
S4	Wisata Pantai Pulau Kembar Sudah Go Internasional	W4	Kurangnya Perhatian Pemerintah Desa Dalam Pariwisata
S5	Memiliki UMKM Abon Ikan, Keripik Pisang, dan Sapu Lidi	W5	Belum ada Kreativitas Masyarakat Dalam Mengembangkan Wisata
S6	Pokdarwis Membangun Tepat Penginapan Yaitu Kampung Homestay	W6	Tidak Ada Loret Untuk Memasuki Wisata
S7	Memiliki Potensi Pertanian Padi dan Jagung	W7	Pemasaran Wisata Masih Belum Maksimal
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
	<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>
O1	Memiliki Potensi UMKM yang Sangat Besar	T1	Tingkat Keamanan yang Masih Kurang Terjaga

O2	Wisata Dermaga Sudah Mendapatkan Bantuan Dari Provinsi	T2	Berpotensi Pencemaran Lingkungan Pantai
O3	Hasil UMKM Sudah di Ekspor	T3	Kurangnya Perhatian Langsung dari Pemerintah Desa Dalam Mengembangkan Wisata
O4	Wisatwan Mudah Mencapai Lokasi Wisata	T4	Tidak ada Pengelola Wisata Pantai
O5	Adanya Papan Informasi	T5	Persaingan Wisata Yang Cukup Tinggi
O6	Wisatawan Domestik yang Sering Berkunjung	T6	Kurangnya Pemahaman Masyarakat Dalam Pariwisata
O7	Melestarikan Dermaga Untuk Penyebrangan	T7	Produk Unggulan Tidak Dikelola Dengan Baik Oleh Desa

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks SWOT

Tabel 4.4.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi wisata bahari 2. Adanya kerja sama dengan pokdarwis dengan pemerintah desa 3. Akses jalan menuju desa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan wisata masih kurang maksimal 2. Sarana dan prasarana yang kurang memadai 3. Kondisi sampah di

Faktor Eksternal	<p>wisata cukup bagus</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Wisata pantai pulau kembar sudah go internasional 5. Memiliki UMKM abon ikan, keripik pisang, dan sapu lidi 6. Pokdarwis membangun tepat penginapan yaitu kampung homestay 7. Memiliki potensi pertanian padi dan jagung 	<p>tempat wisata tidak terkendali</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Kurangnya perhatian pemerintah desa dalam pariwisata 5. Belum ada kreativitas masyarakat dalam mengembangkan wisata 6. Tidak ada loket untuk memasuki wisata 7. Pemasaran wisata masih belum maksimal
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki potensi UMKM yang sangat besar 2. Wisata darmaga sudah dapat bantuan dari provinsi 3. Hasil UMKM sudah di ekspor 4. Wisatawan mudah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memasarkan hasil perekonomian masyarakat Desa Labuan Pandan 2. Mampu memasarkan tempat wisata yang sudah dikenal banyak oleh masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah desa memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam mengembangkan pariwisata 2. Pengelolaan wisata lebih di maximmalkan

<p>mencapai lokasi wisata</p> <p>5. Adanya papan informasi</p> <p>6. Wisatawan domestik sering berkunjung</p> <p>7. Melestarikan dermaga untuk penyebrangan</p>		
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Tingkat keamanan yang masih kurang terjaga</p> <p>2. Berpotensi pencemaran lingkungan pantai</p> <p>3. Kurangnya perhatian langsung dari pemerintah desa dalam mengembangkan wisata</p> <p>4. Tidak ada pengelola wisata pantai</p> <p>5. Persaingan wisata yang cukup tinggi</p> <p>6. Kurangnya pemahaman masyarakat dalam pariwisata</p>	<p>1. Memberikan masyarakat pemahaman terkait kebersihan wisatan dan pengembangannya</p> <p>2. Pemerintah desa mampu untuk memberikan bantuan dari hasil UMKM untuk lebih di perhatikan</p>	<p>1. Masyarakat mampu untuk menjaga kebersihan tempat wisata</p> <p>2. Masyarakat mampu untuk lebih aktif dalam pengembangan dan pengelolaan wisata</p>

7. Produk unggulan tidak dikelola dengan baik oleh desa		
---	--	--

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS)* yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 4.4.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki potensi wisata bahari	0.15	4	0.6
Adanya kerja sama dengan pokdarwis dengan pemerintah desa	0.17	4	0.68
Akses jalan menuju desa wisata cukup bagus	0.18	4	0.72
Wisata pantai pulau kembar sudah go internasional	0.17	4	0.68
Memiliki UMKM abon ikan, keripik pisang, dan sapu lidi	0.17	4	0.68
Pokdarwis membangun tepat penginapan yaitu kampung homestay	0.16	4	0.64

Memiliki potensi pertanian padi dan jagung	0.17	4	0.68
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.17		4.68
<i>Weakness (Kelemahan)</i>			
Pengelolaan wisata masih kurang maksimal	0.16	4	0.64
Sarana dan prasarana yang kurang memadai	0.19	4	0.76
Kondisi sampah di tempat wisata tidak terkendali	0.17	4	0.68
Kurangnya perhatian pemerintah desa dalam pariwisata	0.17	4	0.68
Belum ada kreativitas masyarakat dalam mengembangkan wisata	0.18	4	0.72
Tidak ada loket untuk memasuki wisata	0.17	4	0.68
Pemasaran wisata masih belum maksimal	0.16	4	0.64
Jumlah <i>Weakness</i> (Kelemahan)	1.2		4.8
S-W=X	-0.12		

Tabel 4.4.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>			
Memiliki potensi UMKM yang sangat besar	0.16	4	0.64

Wisata dermaga sudah mendapatkan bantuan dari provinsi	0.17	4	0.68
Hasil UMKM sudah di ekspor	0.18	3	0.54
Wisatwan mudah mencapai lokasi wisata	0.17	3	0.51
Adanya papan informasi	0.18	4	0.72
Wisatawan domestik yang sering berkunjung	0.16	4	0.64
Melestarikan dermaga untuk penyebrangan	0.14	4	0.56
Jumlah <i>Opportunity</i> (Peluang)	1.16		4.29
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Tingkat keamanan yang masih kurang terjaga	0.18	4	0.72
Berpotensi pencemaran lingkungan pantai	0.17	4	0.68
Kurangnya perhatian langsung dari pemerintah desa dalam mengembangkan wisata	0.15	4	0.6
Tidak ada pengelola wisata pantai	0.18	4	0.72
Persaingan wisata yang cukup tinggi	0.13	3	0.39
Kurangnya pemahaman masyarakat dalam pariwisata	0.18	4	0.72

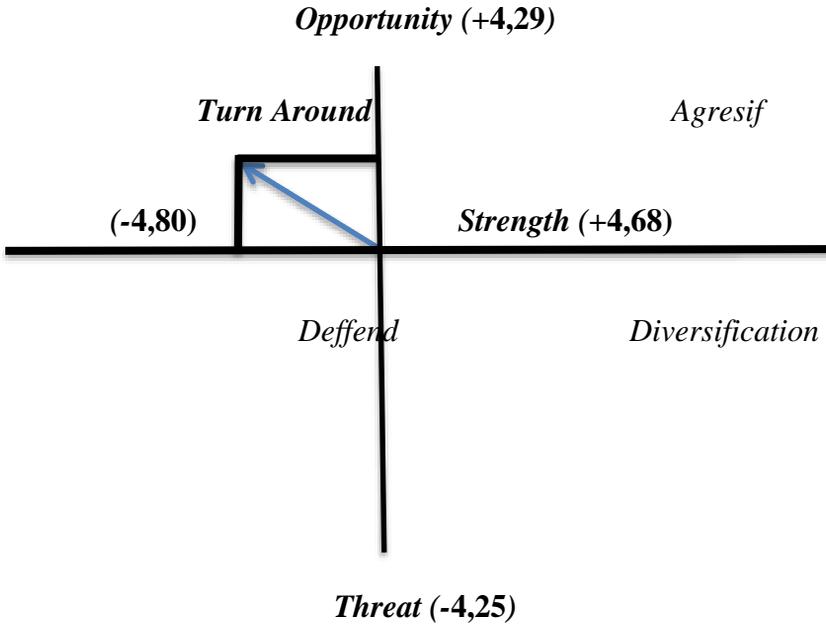
Produk unggulan tidak dikelola dengan baik oleh Desa	0.14	3	0.42
Jumlah Threat (Ancaman)	1.13		4.25
O-T=X	0.04		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

Strength : 4,68
Weakness : (-4,80)
Opportunity : 4,29
Threats : (-4,25)

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 4.4. di bawah ini :

Grafik 4.4.
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.5 di bawah ini:

Tabel 4.4.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknessess (W)
Opportunities (O)	Strategi SO : $4,68 + 4,29 = 8,97$	Strategi WO : $(-4,80) + 4,29 = (-0,51)$
Threats (T)	Strategi ST : $4,68 + (-4,25) = (-0,43)$	Strategi WT : $(-4,80) + (-4,25) = (-10,9)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 4.4. Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Sambelia, Desa Labuan Pandan berada pada Kuadran IV yaitu Turn Around. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran IV *Turn Around* adalah situasi yang memiliki peluang untuk dipertahankan dengan cara meminimalisir kelemahan. Kawasan Labuan Pandan memiliki Kelemahan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mengatur cara lagi bagaimana untuk terus memperkuat peluang yang dimiliki. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah dengan cara memberikan pemahaman, pelatihan, pengembangan, pengelolaan secara terstruktur melalui pemerintah desa mampu untuk mengambil beberapa langkah awal untuk mengatasi beberapa kelemahan yang dihadapi secara internal sehingga peluang yang dimiliki dapat dimanfaatkan sehingga kawasan pariwisata yang ada di Desa Labuan Pandan akan menjadi lebih sempurna.

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Grafik Silang Menggunakan analisis SWOT Yaitu:

Kuadran IV: Mendukung Strategi WO (Kelemahan dan Peluang)

Strategi yang bersumber dari *Weaknesses* dan *Opportunities* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Mendukung strategi turnaround (putar balik) dalam artian mengambil beberapa langkah untuk mengatasi berbagai kelemahan yang dihadapi secara internal agar peluang dapat dimanfaatkan. Hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Sambelia, Desa Labuan Pandan, strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*) yang dapat dilakukan adalah: dengan cara pemerintah desa mengambil beberapa langkah awal lagi untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam mengembangkan pariwisata sehingga pengelolaan wisata yang ada di Desa Sembalun akan lebih

maksimal. Dengan cara memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai pariwisata akan memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat sehingga mereka dapat memberikan feedback juga kepada pemerintah desa, pemerintah desa juga lebih memerhatikan hasil UMKM yang dimiliki masyarakatnya karena hasil UMKM tersebut bisa menjadi oleh-oleh khas dari Desa Labuan Pandan sehingga wisatawan juga akan memiliki kenangan tersendiri dari kawasan wisata yang dikunjunginya.

Adapun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Desa Labuan Pandan Kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur adalah sebagai berikut: Kuadran IV Turn Around adalah situasi yang bisa dikatakan dapat dipertahankan potensi yang dimilikinya. Kawasan Labuan Pandan memiliki Kelemahan dan Peluang yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan dan memanfaatkan peluang yang dimilikinya sehingga kelemahan yang dimilikinya bisa tertutupi. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. Pemerintah desa, pengelola, masyarakat Labuan Pandan harus bersinergi dalam mempertahankan desa wisata. Pemerintah Desa Labuan Pandan harus berupaya keras dalam mengelola

Desa Wisata yang ada di Labuan Pandan karena tujuan utama dalam Desa Wisata adalah mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemerintah maupun pengelola harus benar-benar mampu memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan yang ada di kawasan Labuan Pandan, sehingga menghasilkan strategi pengembangan pariwisata di Labuan Pandan guna menjujung manajemen dan pengembangan destinasi yang lebih baik. Peluang yang dimilikinya harus digunakan dengan semaksimal mungkin agar dapat memanfaatkan segala Kekuatan yang ada dengan sebaik – baiknya. Pemerintah desa dan pengelola harus mampu menggali atau melihat potensi wisata alam dan buatan, penataan objek-objek wisata dan mengembangkan kegiatan usaha, Budaya kuliner, kerajinan, dan kesenian, melakukan kerjasama dengan travel-travel yang ada di Lombok, Melakukan promosi pariwisata melalui berbagai media sosial dan pameran/event yang ada.

5. Desa Wisata Seriwe

Lombok Timur memiliki banyak potensi wisata salah satunya Lombok Timur di wilayah selatan seperti Pantai Pink yang ada di Desa Sekaroh yang sangat cantik, tetapi tidak kalah cantik lagi dengan potensi

yang ada di Desa Seriwe, Kecamatan Jerowaru, Kabupaten Lombok Timur. Desa Seriwe memiliki keindahan alam hutan bakau, potensi rumput laut yang sangat melimpah, dan budaya yang masih kental seperti bau nyale/tangkap cacing di pantai tanjung ringgit sehingga hal ini menjadi daya tarik para wisatawan untuk dapat melihat secara langsung potensi wisata yang ada di Desa Seriwe. Desa Seriwe sering terjadinya kekeringan dan kekurangan air bersih sehingga hal ini menjadi permasalahan yang mampu untuk ditangani oleh pemerintah desa. Secara umum mata pencaharian penduduk di Desa Seriwe sebagai petani, berladang, beternak, dan memiliki hasil pertanian tembakau virginia sebagai salah satu keunggulan hasil pertanian masyarakat di Desa Seriwe. Hal tersebut dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pemerintah desa untuk dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki Desa Seriwe dengan mengembangkan Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal dalam mengelola wisata yang ada di Desa Seriwe.

Untuk melakukan pengembangan wisata guna untuk memberikan daya tarik bagi para wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Seriwe dengan cara pemerintah desa mampu untuk mengidentifikasi potensi dan berbagai permasalahan yang dirasakan oleh

masyarakat. Berdasarkan hasil analisis diatas bahwa Desa Seriwe mampu untuk mempertahankan potensi-potensi yang dimilikinya dengan cara meminimalisir kelemahan dan dapat menghindari beberapa ancaman yang dimiliki Desa Tanjung Luar.

Mengembangkan Desa Wisata yang ada di Desa Seriwe memerlukan beberapa Tindakan dari pemerintah desa dengan cara mengidentifikasi potensi yang dimiliki Desa Seriwe dan mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat dan pemerintah desa mampu untuk memberikan solusi kepada masyarakat untuk dapat mempertahankan potensi wisata yang ada di Desa Seriwe.

Dengan banyaknya potensi alam, dan budaya yang dimiliki Desa Seriwe sehingga pemerintah desa mampu untuk memberikan inovasi kepada masyarakat dan pengelola wisata/pokdarwis untuk mengembangkan potensi wisata alam dan budaya dengan cara memperbaiki penataan objek-objek wisata pantai dengan memberikan paket wisata atau membangun loket menuju wisata pantai dan meningkatkan keamanan yang ada di Desa Seriwe.

Untuk dapat mendukung potensi yang ada di Desa Seriwe hal ini mampu menjadi bahan pertimbangan untuk Pemerintah Desa untuk mampu mengembangkan secara maximal baik dari SDA, SDM,

fasilitas sarana, dan prasarana untuk mampu memberikan hasil yang memuaskan. Pemerintah desa juga mampu memanfaatkan secara maksimal sumber daya alam baik berupa ikan, udang, dan rumput laut untuk dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan masyarakat dan pemerintah desa dapat memberikan perhatian khusus kepada masyarakat dalam mengembangkan suatu potensi yang ada di Desa Seriwe.

Desa Seriwe mempunyai berbagai macam potensi ekonomi, budaya ataupun buatan yang dapat dikelola dikembangkan dengan baik seperti: Pantai kaliaantan sebagai icon desa wisata, Memiliki wisata bahari dan buatan, Adanya papan informasi wisata Pantai. Peneliti mencoba menganalisis potensi-potensi yang ada di Desa Seriwe menggunakan analisis SWOT dalam mengidentifikasi *Strength, Weakness, Opportunity, Threath (SWOT)* untuk melakukan analisis identifikasi potensi ekonomi desa wisata yang ada di Desa Seriwe, dan berikut hasil paparan data yang ditemukan di Desa Seriwe.

Tabel 4.5.1

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO	FAKTOR INTERNAL		
<i>STRENGTHS</i>		<i>WEAKNESESS</i>	
S1	Memiliki Hasil Laut yang Cukup Melimpah	W1	Belum Optimalnya Pengelolaan Wisata
S2	Memiliki Wisata yang Cukup Indah	W2	Belum ada Tempat Pembuangan Sampah di Tempat Wisata
S3	Memiliki Wisata Bahari dan Buatan	W3	Kurangnya Sarana dan Prasarana Yang Disediakan
S4	Pantai Kaliantan Sebagai Icon Desa Wisata	W4	Akses Jalan Menuju Desa Wisata Tidak Mendukung
S5	Adanya Papan Informasi Wisata Pantai	W5	Belum adanya Loket untuk Memasuki Tempat Wisata
S6	Adanya Tempat Peristirahatan Yang Disediakan di Tempat Wisata	W6	Hotel yang dibangun Belum Operasional
S7	Kawasan Pantai Dikelola Oleh Masing-Masing Dusun	W7	Wisata Pantai di Desa Seriwe Masih Terbilang Bebas
NO	FAKTOR EKSTERNAL		
<i>OPPORTUNITIES</i>		<i>THREATS</i>	
O1	Memiliki Hasil Laut yang di Ekspor	T1	Pengelola Wisata Berasal dari Luar Negeri
O2	Masyarakat Membangun Tempat Peristirahatan Bagi Wisatawan	T2	Banyaknya Penjualan Lahan Menggunakan Sistem Pinjam Nama
O3	Menjadikan Tempat Wisata yang Menarik dan Banyak Dikunjungi	T3	Jalan yang Cukup Sulit Untuk Kendaraan Masuk

O4	Banyak Hotel yang Sudah di Bangun	T4	Hotel yang dibangun dimiliki Oleh Orang Luar Negeri
O5	Wisatawan Mancanegara Sudah Cukup Banyak Berkunjung	T5	Sinyal Internet Yang Masih Kurang Kuat
06	Masuknya Anggaran Pembangunan Wisata di APBDes	T6	Hasil Laut yang dimanfaatkan Oleh Orang Luar Negeri
07	Pantai Kaliantan Sebagai Icon Putri Mandalika di Desa Seriwe	T7	Tidak Adanya Paket Wisata di Desa Seriwe

Hasil Analisis SWOT melalui Tabel Matriks Analisis SWOT

Tabel 4.5.2
Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknessess</i>
	1. Memiliki hasil laut yang cukup melimpah	1. Belum optimalnya pengelolaan wisata
	2. Memiliki wisata yang cukup indah	2. Belum ada tempat pembuangan sampah di tempat wisata
	3. Memiliki wisata bahari dan buatan	3. Kurangnya sarana dan prasarana yang disediakan
	4. Pantai kaliantan sebagai icon desa wisata	4. Akses jalan menuju desa wisata tidak mendukung
	5. Adanya papan informasi wisata pantai	5. Belum adanya loket untuk
Faktor Eksternal	6. Adanya tempat peristirahatan	

	<p>yang disediakan di tempat wisata</p> <p>7. Kawasan pantai dikelola oleh masing-masing Dusun</p>	<p>memasuki tempat wisata</p> <p>6. Hotel yang dibangun belum operasional</p> <p>7. Wisata pantai di desa seriwe masih terbilang bebas</p>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki hasil laut yang di ekspor 2. Masyarakat membangun tempat peristirahatan bagi wisatawan 3. Menjadikan tempat wisata yang menarik dan banyak dikunjungi 4. Banyak hotel yang sudah di bangun 5. Wisatawan mancanegara sudah cukup banyak berkunjung 6. Masuknya anggaran pembangunan wisata di APBDes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat memanfaatkan dan memaksimalkan wisata pantai dan hasil laut yang melimpah 2. Promosi dan pengelolaan wisata pantai kaliantan lebih dimaksimalkan 3. Masyarakat sekitar dapat terlibat dalam pengelolaan wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat dapat memanfaatkan wisata pantai dengan ciri khas yang berbeda 2. Adanya ciri khas tersendiri dari hotel yang disediakan

7. Pantai kaliantan sebagai icon putri mandalika di desa seriwe		
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelola wisata berasal dari luar negeri 2. Banyaknya penjualan lahan menggunakan sistem pinjam nama 3. Jalan yang cukup sulit kendaraan untuk masuk 4. Hotel yang dibangun dimiliki oleh orang luar negeri 5. Sinyal internet yang masih kurang kuat 6. Hasil laut yang dimanfaatkan oleh orang luar negeri 7. Tidak adanya paket wisata di desa seriwe 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pokdarwis dan pemerintah desa seriwe bisa lebih aktif dalam pengembangan desa wisata 2. Pemerintah desa dapat memerhatikan potensi SDA nya 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Pemerintah desa dapat mempertahankan potensi wisata yang dimilikinya 7. Pemdes Lebih mengedepankan SDM dari Desa Seriwe itu sendiri 8. Pemerintah desa dapat lebih menonjolkan atau mempromosikan wisata pantai

Berikut dibawah ini adalah *Matrik Internal Factor Analysis Sumamry* (IFAS) yang dirangkum dari Faktor *Strength* dan *Weakness* di atas :

Tabel 4.5.3
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Ratin g	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Memiliki hasil laut yang cukup melimpah	0.17	4	0.68
Memiliki wisata yang cukup indah	0.16	4	0.64
Memiliki wisata bahari dan buatan	0.16	4	0.64
Pantai kaliantan sebagai icon desa wisata	0.17	4	0.68
Adanya papan informasi wisata pantai	0.15	4	0.6
Adanya tempat peristirahatan yang disediakan di tempat wisata	0.13	3	0.39
Kawasan pantai dikelola oleh masing-masing Dusun	0.12	3	0.36
Jumlah <i>Strength</i> (Kekuatan)	1.06		3.99

Weakness (Kelemahan)			
Belum optimalnya pengelolaan wisata	0.18	4	0.72
Belum ada tempat pembuangan sampah di tempat wisata	0.17	4	0.68
Kurangnya sarana dan prasarana yang disediakan	0.17	4	0.68
Akses jalan menuju desa wisata tidak mendukung	0.18	4	0.72
Belum adanya loket untuk memasuki tempat wisata	0.19	4	0.76
Hotel yang dibangun belum operasional	0.14	3	0.42
Wisata pantai di desa seriwe masih terbilang bebas	0.19	4	0.76
Jumlah Weakness (Kelemahan)	1.22		4.74
S-W=X	-0.75		

Tabel 4.5.4
Faktor Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysi Summary/EFAS)

Faktor-faktor strategis eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Opportunity (Peluang)			
Memiliki hasil laut yang di ekspor	0.18	4	0.72
Masyarakat membangun tempat	0.16	4	0.64

peristirahatan bagi wisatawan			
Menjadikan tempat wisata yang menarik dan banyak dikunjungi	0.16	4	0.64
Banyak hotel yang sudah di bangun	0.15	4	0.6
Wisatawan mancanegara sudah cukup banyak berkunjung	0.17	4	0.68
Masuknya anggaran pembangunan wisata di APBDes	0.14	3	0.42
Pantai kaliantan sebagai icon putri mandalika di Desa Seriwe	0.15	4	0.6
Jumlah Opportunity (Peluang)	1.11		4.3
<i>Threat (Ancaman)</i>			
Pengelola wisata berasal dari luar negeri	0.18	4	0.72
Banyaknya penjualan lahan menggunakan sistem pinjam nama	0.19	4	0.76
Jalan yang cukup sulit kendaraan untuk masuk	0.18	4	0.72
Hotel yang dibangun dimiliki oleh orang luar negeri	0.18	4	0.72
Sinyal internet yang masih kurang kuat	0.19	4	0.76
Hasil laut yang dimanfaatkan oleh orang luar negeri	0.19	4	0.76
Tidak adanya paket wisata di Desa Seriwe	0.16	4	0.64

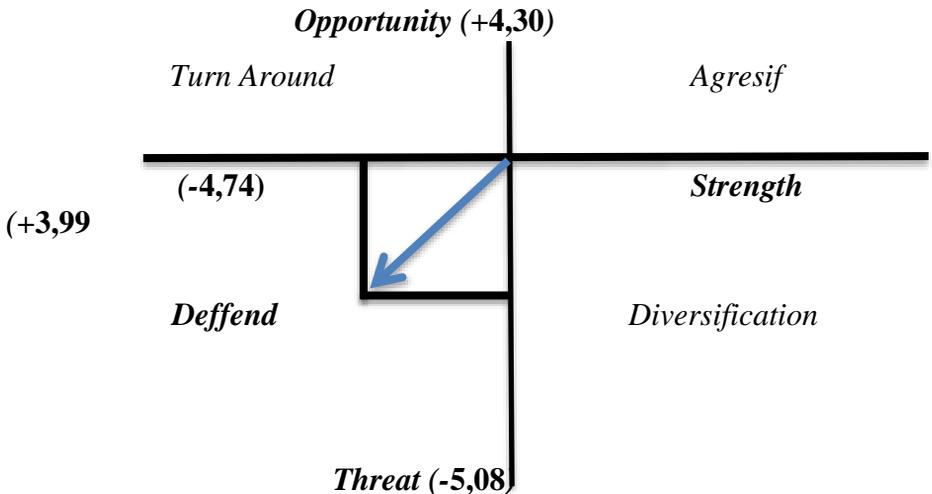
Jumlah Threat (Ancaman)	1.27		5.08
O-T==X	-0.78		

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *sebagai* berikut:

- Strength* : 3,99
- Weakness* : 4,74
- Opportunity* : 4,30
- Threats* : 5,08

Maka diketahui nilai *Strength* di atas nilai *Weakness*, dan nilai *Opportunity* di atas nilai *Threats*. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Grafik SWOT yang dapat dilihat pada Grafik 4.5 di bawah ini :

Grafik 4.5
Grafik Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain dalam Grafik SWOT, tetapi juga dipaparkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.5 di bawah ini:

Tabel 4.5.5
Rumusan Kombinasi
Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO : $3,99 + 4,30 = 8,29$	Strategi WO : $(-4,74) + 4,30 = (-0,44)$
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST : $3,99 + (-5,08) = (-1,09)$	Strategi WT : $(-4,74) + (-5,08) = (-9,82)$

HASIL

Dari Grafik SWOT pada Gambar 4.5 Grafik Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur, Kecamatan Jerowaru, Desa Seriwe berada pada Kuadran III yaitu Deffensif . Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam Identifikasi Desa Wisata di Kabupaten Lombok Timur sebagai berikut :

Kuadran III Deffensif adalah situasi yang sangat berbahaya. Kawasan Seriwe ini memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya. Strategi yang harus diterapkan dalam

kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. (jangka pendek, menengah, Panjang)

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa kelebihan atau kekuatan utama dari pengguna SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar didasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting dikarenakan dapat menjamin tingkat capaian yang lebih baik lagi.

Adapun Penjelasan Hasil dari Grafik Silang Menggunakan Analisis SWOT Yaitu:

Kuadran III: Mendukung Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman)

Strategi yang bersumber dari *Weakness* dan *Threats* merupakan sebuah strategi yang diciptakan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Kelemahan yang bersumber dari lingkungan internal kemudian diminimalisir dapat digunakan untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Organisasi mengalami berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal. Strategi yang mendukung strategi *deffensive* (bertahan) adalah dengan melakukan berbagai tindakan yang bersifat inovatif. Hasil Identifikasi Desa Wisata Lombok Timur, Kecamatan Jerowaru di Desa Seriwe, strategi WT (*Weakness* -

Threats) yang dapat dilakukan adalah: Memaksimalkan pemerintah desa dan masyarakat dalam mengembangkan dan menjaga potensi wisata alam pantai dengan cara melakukan pelatihan kepada masyarakat dalam mengembangkan wisata untuk memperkuat potensi wisata alamnya, dan pemerintah desa dapat memfokuskan strategi untuk mempromosikan wisata yang dimilikinya. Pemerintah desa juga lebih mengedepankan masyarakat dalam mengelola wisata baik untuk kepentingan pribadi dan bersama sehingga wisata yang dikelola oleh masyarakat tanpa adanya campur tangan orang luar akan menjadi lebih sempurna jika masyarakat serawe itu sendiri yang mengelola wisata pantai. Sumber daya alam yang dimiliki desa serawe ini seperti ikan, udang, dan rumput laut bisa lebih dijaga sebagai salah satu sumber mata pencaharian masyarakat desa serawe. Oleh karena itu untuk dapat mempertahankan desa serawe ini sebagai desa wisata pemerintah desa perlu untuk mempertahankan segala kekuatan dan peluang dengan meminimalisir segala kelemahan dan ancaman yang akan datang.

Adapun strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Desa Tanjung Luar, Kecamatan Keruak, Kabupaten Lombok Timur adalah sebagai berikut: Kuadran III Defensif adalah situasi

yang sangat berbahaya. Kawasan Seriwe memiliki Kelemahan dan Ancaman yang sangat tinggi sehingga desa tersebut akan mempertahankan potensi yang dimilikinya sehingga strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimilikinya. Pemerintah desa, pengelola, masyarakat Seriwe harus bersinergi dalam mempertahankan desa wisata yang ada di Seriwe. Pemerintah Desa harus berupaya keras dalam mengelola Desa Wisata yang ada di Desa Seriwe karena tujuan utama dalam Desa Wisata adalah mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemerintah desa, masyarakat maupun pengelola harus benar-benar mampu memanfaatkan kekuatan maupun peluang yang ada di kawasan tanjung luar, sehingga menghasilkan strategi pengembangan pariwisata di Seriwe guna menjujung manajemen dan pengembangan destinasi yang lebih baik. Kekuatan yang dimilikinya harus digunakan dengan semaksimal mungkin agar dapat memanfaatkan segala peluang yang ada dengan sebaik – baiknya. Pemerintah dan masyarakat harus mampu menggali atau melihat potensi wisata alam dan buatan, penataan objek-objek wisata pantai dengan baik agar wisatawan dapat lebih tertarik dengan adanya paket wisata yang sudah disediakan.

BAB V

POTENSI EKONOMI DESA WISATA

A. Desa Wisata Tetebatu

Desa Tetebatu yang berlokasi di kaki Gunung Rinjani di Kabupaten Lombok Timur sudah diketahui oleh banyak kalangan sebagai desa wisata. Kekayaan yang dimilikinya berupa alam, ekonomi, dan social budaya yang menjadikan Desa Tetebatu menjadi salah satu tempat wisata favorit bagi para wisatawan karena memiliki sarana dan prasarana yang sesuai dengan keinginan para wisatawan. Dapat dilihat dari hasil Analisis SWOT Desa Tetebatu memiliki strategi yang cukup agresif dalam mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya dengan cara pembangunan yang sesuai dengan kondisi demografis.

Pemerintah desa atau masyarakat dapat melakukan rancangan pembangunan wisata baik untuk pengembangan ataupun pembaharuan wisata dengan cara pemerintah desa mampu untuk melihat kekuatan dan peluang kedepannya untuk dapat meningkatkan perekonomian yang jangka panjang. Pemerintah desa dapat melibatkan masyarakat dengan cara membuat produk asli dari Tetebatu dan membuat branding wisata melalui platform media sosial guna untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Potensi ekonomi yang dapat di kembangkan dengan cara meningkatkan semua wisata yang ada di Desa

Tetebatu dari produk UMKM, wisata, BUMDes, bahkan homestay sehingga hal ini mampu untuk memberikan solusi melalui pemasaran, pelayanan yang dapat memanfaatkan SDM yang ada di Desa Tetebatu sehingga strategi ini mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menunjang perekonomian.

B. Desa Wisata Kembang Kuning

Desa Kembang Kuning merupakan salah satu Desa di Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Desa Kembang Kuning salah satu Desa Wisata yang telah menjuarai Desa Wisata Internasional yang menjadikan Desa Kembang Kuning menjadi terkenal baik berupa wisata alam, pegunungan, pertaniannya bahkan masyarakat sekitar dijadikan tempat wisata oleh para wisatawan. Dapat dilihat dari hasil Analisis SWOT Desa Kembang Kuning memiliki strategi yang agresif dalam mengembangkan wisata ataupun perekonomian dengan cara melakukan beberapa pengembangan baik berupa pembangunan tempat wisata, homestay, dan UMKM. Dalam hal ini pemerintah desa juga mampu untuk melibatkan BUMDes Desa Kembang Kuning secara maksimal untuk dapat memberikan kontribusi yang efektif baik dari wisata ataupun perekonomian desa.

Pemerintah desa dan masyarakat dapat melakukan pembangunan dalam meningkatkan perekonomian

masyarakat sekitar dengan cara pemerintah desa mampu untuk melihat kekuatan dan peluang kedepannya. Hal ini menjadikan salah satu solusi karena dapat dilihat dari hasil temuan bahwa banyak wisatawan yang hanya datang berkunjung ke Desa Kembang Kuning sehingga pemerintah desa mampu untuk melakukan beberapa strategi khususnya melakukan pembangunan wisata homestay atau penginapan yang lebih banyak.

Potensi ekonomi Desa Kembang Kuning sangat banyak dan perlu dilakukannya beberapa strategi yang mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara pemerintah desa ataupun pengelola wisata dapat memanfaatkan SDM yang ada di Desa Kembang Kuning dan melihat peluang yang dapat dikembangkan menjadi pusat perekonomian yang ada di Desa Kembang Kuning.

C. Desa Wisata Pringgasela

Desa Pringgasela merupakan sebuah desa di wilayah Kecamatan Pringgasela, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Desa Pringgasela di kelilingi oleh daerah persawahan yang sangat luas, sehingga sebagian besar masyarakat disana berprofesi sebagai petani, buruh tani, dan sebagian besar masyarakat Desa Pringgasela menjadikan kerajinan tenun sebagai mata pencaharian tambahan. Desa Pringgasela

memiliki potensi wisata homestay, sungai, dan tenun hal ini juga menjadi salah satu potensi ekonomi Desa Pringgasela. Desa Pringgasela memiliki strategi yang agresif dapat dilihat dari hasil Analisis SWOT yang menjadikan Desa Pringgasela mampu untuk lebih aktif dan efektif dalam mengembangkan berbagai potensi yang dimiliki Desa Pringgasela.

Pemerintah desa dapat mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Pringgasela dan dijadikan sebagai pusat perekonomian. Dapat dilihat strategi yang perlu dikembangkan untuk dapat meningkatkan perekonomian desa ataupun masyarakat dengan cara melakukan pengembangan dari segi SDM. Masyarakat sendiri memiliki peran aktif dalam mengembangkan potensi yang dimiliki desa sehingga hal ini dapat memberikan solusi kepada pemerintah desa dalam mengembangkan masyarakat untuk dapat meningkatkan potensi ekonomi salah satunya melalui tenun pringgasela.

Tenun pringgasela menjadi salah satu potensi ekonomi yang sangat besar karena Desa Pringgasela merupakan sentra tenun yang sudah dikenal oleh banyak kalangan bahkan dalam tingkat internasional. Sehingga pemerintah desa dapat melakukan beberapa strategi yang agresif karena dapat dilihat potensi yang ada di Desa Pringgasela ini sangat banyak yang dapat dijadikan sebagai

pusat perekonomian masyarakat dengan cara melakukan branding wisata tenun.

D. Desa Wisata Jeruk Manis

Desa Wisata jeruk manis merupakan salah satu desa yang berada pada kaki gunung rinjani yang bertempat di Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur. Desa Jeruk Manis memiliki banyak potensi alam dan buatan yang sangat mendukung perekonomian yang ada di Desa Jeruk Manis. Dalam hasil Analisis SWOT Desa Jeruk Manis memiliki strategi turn around yang mengharuskan pemerintah desa mampu memberikan strategi yang dapat dikembangkan dari segi penataan obyek wisata ataupun buatan.

Pemerintah desa memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam menunjang perekonomian desa terutama masyarakat sekitar, sehingga pemerintah desa perlu melakukan pengembangan baik dari SDM bahkan pembangunan yang dapat dilihat bahwa hal tersebut dapat menjadi potensi perekonomian masyarakat. Masyarakat Desa Jeruk Manis diperlukan kesadaran yang lebih untuk dapat menjaga dan mengembangkan potensi yang dimiliki Desa Jeruk Manis.

E. Desa Wisata Lenek Ramban Biak

Desa Wisata Lenek Ramban Biak merupakan Kawasan ekowisata yang memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Desa Lenek Ramban Biak juga memiliki potensi budaya yang cukup terkenal sehingga wisatawan mampu untuk menikmati keindahan alam, budaya, kearifan local, persawahan, camping ground, dan wisata buatan.

Potensi yang dimiliki oleh Desa Lenek Ramban Biak memiliki beberapa keberagaman sehingga hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah desa atau masyarakat dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan cara melakukan beberapa pengembangan wisata dan branding wisata. Pemerintah desa juga mampu untuk mengembangkan SDM yang ada di Desa Lenek Ramban Biak untuk dapat menjaga dan meningkatkan potensi wisata yang cukup memungkinkan untuk dikembangkan.

Dapat dilihat dari beberapa kekuatan dan peluang yang dimiliki Desa lenek Ramban Biak sehingga hal ini perlu dilakukannya pengembangan potensi ekonomi melalui wisata yang disediakan oleh masyarakat ataupun pokdarwis dengan cara melakukan pemberdayaan SDM dalam mengelola wisata dan UMKM yang memiliki potensi sangat baik untuk meningkatkan perekonomian desa ataupun masyarakat.

F. Desa Wisata Lenek Pesiraman

Lenek Pesiraman salah satu desa wisata yang memiliki berbagai macam potensi baik berupa potensi alam, budaya, bahkan buatan yang menjadikan keunggulan desa lenek pesiraman menjadi desa wisata. Namun dapat dilihat bahwa Desa lenek Pesiraman masih belum optimal dalam mengembangkan berbagai potensi yang dimiliki salah satunya potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi tempat pusat perekonomian masyarakat.

Pemerintah desa perlu melakukan beberapa strategi untuk dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimilikinya dengan cara memberikan pelatihan kepada masyarakat dan mampu untuk melakukan branding baik dari wisata, budaya, dan UMKM. Pemerintah perlu melakukan identifikasi mendalam dan jangka panjang dalam melakukan pengembangan ini agar mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan cara meningkatkan SDM yang ada di Desa Lenek Pesiraman.

G. Desa Wisata Senanggalih

Desa Senanggalih terletak di daerah dataran rendah yang memiliki potensi wisata hutan yang menjadikan wisata di Desa Senanggalih berbeda dari desa lain. Desa Senanggalih memiliki kekayaan alam salah satunya anggur yang menjadikan desa tersebut sebagai desa wisata. Pemerintah desa selalu memberikan sebuah inovasi baru

dalam mengembangkan potensi anggur yang dimiliki Desa Senanggalih. Namun masih banyak masyarakat bahkan pokdarwis yang belum mendapatkan keuntungan lebih dari potensi wisata yang dimiliki Desa Senanggalih.

Pemerintah desa perlu melakukan beberapa strategi dalam mengembangkan potensi wisata anggur karena dapat dilihat dari hasil Analisis SWOT Desa Senanggalih memerlukan strategi differensiasi yang melakukan suatu ciri khas dari desa senanggalih baik itu dari penataan obyek wisata dan paket wisata. Pemerintah melakukan pembangunan wisata namun hasil yang didapatkan masih belum maximal sehingga hal ini perlu dilakukannya penataan obyek kembali baik dari segi pemasaran, pengelolaan, bahkan keamanan.

Dalam hal ini pemerintah desa perlu terus melakukan dorongan kepada masyarakat dalam meningkatkan perekonomian masyarakat melalui wisata anggur tersebut dengan cara melakukan ekspor, bekerja sama dengan pihak ketiga, dan mampu menjalin kerjasama dengan beberapa investor. Sehingga hal ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di Desa Senanggalih.

H. Desa Wisata Sugian

Desa Sugian berada pada lokasi yang cukup strategis karena menjadi salah satu jalur menuju wisata

Gunung Rinjani dan sebagai tempat peristirahatan. Desa Sugian memiliki berbagai potensi wisata baik dari pesisir, hutan, budaya, dan masyarakat lokal. Desa Sugian memiliki potensi wisata yang dapat dijadikan potensi ekonomi yaitu berupa potensi wisata gili lawang, gili sulat, hutan magrove dan makam kramat suci, mempunyai produk UMKM dari kelompok wanita tani, memiliki potensi perkebunan kacang mete. Desa Sugian juga sudah terdapat beberapa hotel, bungalow dan homestay yang sangat mendukung dalam mempromosikan desa ini.

Dalam hal ini pemerintah desa dapat melakukan beberapa strategi untuk dapat melakukan beberapa perubahan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara meningkatkan SDM sehingga pemerintah desa ataupun pengelola wisata dapat memanfaatkan masyarakat sekitar untuk dapat bekerja di tempat wisata yang tersedia di Desa Sugian.

I. Desa Wisata Sembalun Bumbung

Desa Sembalun Bumbung merupakan desa wisata yang berada pada daerah dataran tinggi dan sebagai tempat jalur pendakian Gunung Rinjani sehingga banyak wisatawan yang melihat dan mengunjungi keindahan alam yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung. Potensi wisata yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung berupa potensi alam, perkebunan, pertanian, budaya, dan buatan.

Potensi wisata yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung dapat dijadikan sebagai pusat perekonomian masyarakat dengan cara memanfaatkan SDM yang dimilikinya dan mampu untuk mengembangkan potensi yang dimiliki Desa Sembalun Bumbung kedepannya. Pemerintah desa dapat memberikan kontribusi yang lebih maksimal untuk dapat mendorong segala potensi wisata yang dimiliki sehingga masyarakat sekitar mampu untuk meningkatkan perekonomian.

Masyarakat Desa Sembalun Bumbung mayoritas bekerja sebagai petani karena kondisi demografis Desa Sembalun Bumbung sangat mendukung potensi pertaniannya dan sebagai pusat pengambilan hasil pertanian berupa wortel, kopi dan tanaman lain yang hidup di daerah pegunungan. Dapat dilihat dari potensi pertanian yang melimpah sehingga pemerintah desa mampu untuk merencanakan dan memberikan fasilitas yang lebih dalam melakukan beberapa terobosan untuk para petani yang ada di Desa Sembalun Bumbung.

J. Desa Wisata Sembalun Lawang

Desa Sembalun Lawang merupakan desa yang memiliki keindahan alam yang sangat memanjakan mata sama seperti desa Sembalun Bumbung, dan Sembalun karena dapat dilihat kondisi geografis yang dimiliki desa Sembalun Lawang sangatlah mendukung dalam

mengembangkan wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang.

Potensi wisata yang dimiliki Desa Sembalun Lawang berupa potensi alam, pertanian, perkebunan, budaya, masyarakat lokal, dan buatan. Wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang sangat banyak sehingga hal ini menjadi salah satu terobosan pemerintah desa untuk dapat memanfaatkan sebaik mungkin potensi yang dimiliki sehingga masyarakat sekitar dapat berkontribusi dalam mengembangkan dan menjaga kelestarian wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang.

Desa Sembalun Lawang memiliki strategi *turn around* yang mengharuskan pemerintah desa dapat melakukan pengaturan ulang atau penataan ulang semua wisata untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Pembangunan salah satu solusi utama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat tetapi pemerintah desa mampu untuk melihat peluang kedepannya dalam melakukan pembangunan atau pengembangan wisata yang ada di Desa Sembalun Lawang.

K. Desa Wisata Bebidas

Desa Bebidas berada pada daerah pegunungan salah satu desa yang berada di kaki Gunung Rinjani dan tempat jalur pendakian savana propok dan memiliki

potensi jamur yang menjadikan desa bebidas ini sebagai desa wisata. Dapat dilihat dari berbagai potensi alam dan pegunungannya bahkan wisata tempat penangkaran hewan rusa sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai salah satu peluang pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Bebidas.

Potensi ekonomi yang dimiliki Desa Bebidas dapat dimanfaatkan oleh pemerintah desa dengan cara melakukan *branding* wisata dan melakukan beberapa pembangunan dan pengembangan wisata terutama mengembangkan SDM yang dimiliki Desa Bebidas sehingga wisata yang dimilikinya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar dengan cara melakukan beberapa pelatihan kepada semua masyarakat yang memiliki skill dalam pariwisata.

L. Desa Wisata Sapit

Desa Sapit terletak di daerah dataran tinggi yang memiliki potensi alam, hasil pertanian, dan budaya yang sangat mendukung daerah ini menjadi desa wisata. Potensi wisata yang dimiliki Desa Sapit yaitu wisata pal jepang, tebing indah, terasering, kopi, dan budaya yang masih dijaga hingga saat ini. Namun seiring perkembangan zaman wisata yang ada di Desa Sapit masih belum maksimal dalam meningkatkan perekonomian masyarakatnya, oleh karena itu pemerintah desa perlu melakukan beberapa

strategi guna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pemerintah desa mampu meningkatkan dan mengembangkan potensi yang memiliki peluang kedepannya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat ataupun pemerintah desa salah satunya dengan cara melakukan beberapa pembangunan dan pengembangan. Pembangunan menjadi salah satu solusi utama dengan cara mampu untuk melihat potensi dan letak strategis, pemerintah desa juga mampu untuk melihat peluang dalam pembangunan wisata untuk menunjang perekonomian dalam jangka panjang.

M. Desa Wisata Sembalun

Desa Wisata Sembalun merupakan salah satu desa yang menjadi tempat jalur pendakian menuju Gunung Rinjani sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke Desa Sembalun. Dapat dilihat bahwa Desa Sembalun memiliki banyak kekuatan dan peluang sehingga pemerintah desa mampu untuk lebih agresif dalam mengembangkan Desa Sembalun sebagai Desa Wisata yang mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakatnya.

Pemerintah desa perlu melakukan beberapa inovasi baru dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya baik dari segi ekonomi, budaya, dan sosialnya. Potensi

wisata yang dimiliki Desa Sembalun sangat banyak dan memiliki peluang untuk dijadikan sebagai pusat perekonomian masyarakat di Desa Sembalun dengan cara pemerintah desa mampu untuk memberikan pengembangan SDM.

N. Desa Wisata Tanjung Luar

Desa Tanjung Luar berada pada daerah pesisir Pulau Lombok bagian selatan. Desa Tanjung Luar memiliki potensi laut yang kaya karena berada pada laut lepas. Desa Tanjung Luar juga memiliki pantai yang sangat indah bahkan hasil laut yang dimiliki Desa Tanjung Luar sudah di akui oleh beberapa negara. Hasil laut yang dimiliki Desa Tanjung Luar yaitu sirip ikan hiu yang sangat memberikan manfaat besar bagi kesehatan.

Dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Tanjung Luar masih sangat minim sehingga hal ini menjadi salah satu tugas pemerintah desa dalam meningkatkan SDM dengan cara memberikan pengembangan baik dari segi pariwisata, perikanan, industry, dan perekonomiannya dengan cara hasil laut yang sangat besar dapat dimanfaatkan menjadi berupa makanan dan memberikan nilai tambah dan di kelola langsung oleh masyarakat Desa Tanjung Luar sehingga hal ini menjadi salah satu terobosan pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian masyarakatnya.

O. Desa Wisata Sekaroh

Desa Sekaroh merupakan desa yang berada di ujung selatan pulau Lombok namun tak banyak yang tahu bahwa Desa Sekaroh ini memiliki berbagai macam potensi wisata salah satunya pesisir pantai yang sangat memanjakan mata. Desa Sekaroh memiliki keunggulan yang sangat mendukung Desa Sekaroh menjadi Desa Wisata yaitu adanya wisata pantai pink dan memiliki Hotel Jeeva Bloam Bintang 4 sehingga hal ini menjadikan Desa Sekaroh dikenal banyak oleh para wisatawan. Namun hal ini menjadi salah satu kendala pemerintah desa karena wisata ini masih memiliki banyak kekurangan baik berupa sinyal, keamanan, bahkan akses jalan wisata yang masih belum mendukung. Sehingga pemerintah desa mampu untuk memberikan beberapa pengembangan.

Pemerintah desa dapat melakukan pengembangan dari SDM dan melakukan peningkatan keamanan dan mampu menyediakan fasilitas yang sangat dibutuhkan oleh para wisatawan salah satunya yaitu sinyal. Dalam mengembangkan Desa Sekaroh ini pemerintah desa memerlukan beberapa tindakan dengan cara mengidentifikasi potensi yang dimiliki Desa Sekaroh dan dapat mendengar beberapa keluhan dari masyarakat ataupun wisatawan untuk dapat dijadikan bahan evaluasi.

Dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Sekaroh ini perlu melakukan beberapa inovasi baru

untuk dapat mempekerjakan masyarakat di bidang pariwisata sehingga tingkat perekonomian di Desa Sekaroh dapat diatasi dengan cara melakukan pengembangan dan pembangunan wisata dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan.

P. Desa Wisata Jerowaro

Desa Jerowaru memiliki potensi hasil laut yang melimpah salah satunya yaitu lobster, kepiting bakau, dan memiliki wisata hutan bakau dan pantai di Jerowaru sering dijadikan sebagai tempat perlombaan sampan. Sehingga hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah desa dalam mengembangkan perekonomian masyarakat dengan cara melibatkan masyarakat di bidang pariwisata.

Potensi wisata yang dimiliki Desa Jerowaru dapat dijadikan pusat perekonomian masyarakat dengan memperkenalkan produk UMKM yang dimiliki Desa Jerowaru. Pemerintah desa juga mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk dapat meningkatkan SDM yang ada di Desa Jerowaru guna untuk mengembangkan potensi wisata yang dapat dijadikan sebagai pusat perekonomian masyarakat.

Q. Desa Wisata Labuan Pandan

Desa Labuan Pandan bertempat di Kecamatan Sambelia, Kabupaten Lombok Timur. Desa Labuan Pandan ini menjadi salah satu tempat dermaga dan gili

yang sangat mendukung daerah wisata bahkan memiliki beberapa bungalow dan homestay untuk para wisatawan yang akan berkunjung ke gili. Namun dilihat dari kondisi masyarakat di Desa Labuan Pandan masih perlu dilakukannya beberapa pengembangan untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara memberikan lapangan pekerjaan, karena potensi wisata yang dimiliki Desa Labuan Pandan dapat dijadikan sebagai pusat perekonomian di Desa Labuan Pandan.

Pemerintah desa dapat memberikan beberapa pengembangan SDM untuk dapat memudahkan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian. Oleh karena itu pemerintah desa dapat mengidentifikasi lebih dalam potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi pusat perekonomian masyarakat Desa Labuan Pandan sehingga strategi ini dapat memperbaiki dan meningkatkan kelemahan yang dimiliki Desa Labuan Pandan.

R. Desa Wisata Seriwe.

Desa Seriwe merupakan desa yang berada di daerah pesisir pantai. Desa seriwe ini memiliki keberagaman potensi baik dari sumber daya lautnya, pantai, budaya, dan masyarakatnya sehingga hal ini menjadikan Desa Seriwe memiliki potensi ekonomi yang sangat baik. Desa Seriwe memiliki potensi yang sangat besar salah satunya hasil rumput laut yang sudah mencapai ekspor hanya saja masih

belum ada perhatian yang serius dari pemerintah dalam menjaga dan meningkatkan potensi yang dimilikinya, oleh karena itu pemerintah perlu melakukan beberapa strategi untuk menghindari berbagai ancaman yang akan datang baik dari investor luar ataupun dalam.

Pemerintah desa dapat melakukan beberapa inovasi kepada masyarakat Desa Seriwe dalam menjalankan suatu usaha. Seperti rumput laut yang dapat di olah menjadi bahan kosmetik tanpa adanya keterlibatan investor luar sehingga pemerintah desa perlu melakukan pengembangan SDM dan melakukan pengembangan wisata karena hal ini menjadi salah satu potensi terbesar Desa Seriwe.

BAB VI

MASA DEPAN DESA WISATA BERKUALITAS

A. Menangkap Peluang Tren Pariwisata Global

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menopang perekonomian Indonesia. Kontribusi terhadap PDB berdasarkan data BPS sejak 2016 tercatat mencapai angka Rp 576,7 triliun atau berkontribusi sebesar 4,65% yang meningkat perlahan pada 2017 menjadi Rp 635,3 triliun atau berkontribusi 4,67% hingga mencapai nilai Rp 786,3 pada 2019 atau 4,97%. Kemudian anjlok menjadi Rp 346 triliun atau 2,24% pada 2020 ketika terjadi Pandemi Covid-19.

Pariwisata salah satu sektor yang dapat mendorong pemulihan perekonomian pasca Pandemi Covid-19. Belum pulihnya perekonomian seperti sebelum Pandemi membutuhkan upaya percepatan pemulihan. Optimalisasi Sektor Pariwisata menjadi salah satu solusi. Meski kunjungan wisatawan mancanegara belum normal dan masih dibawah angka kunjungan sebelum pandemi dapat disiasati dengan upaya mengelola dan peningkatan kunjungan wisatawan dan domestik dan wisatawan lokal. Inovasi dan kreasi pengelolaan pariwisata melalui pengelolaan, sinergi dan kreativitas potensi-potensi lokal seperti Desa Wisata menjadi penggerak dan katalisator pertumbuhan ekonomi.

Pandemi memberikan motivasi untuk tumbuh dan berkembang meningkatkan kreativitas melihat peluang dan mengembangkan peluang yang ada bersama dimulai dari lingkungan. Desa Wisata pada beberapa Desa sudah mampu meningkatkan perekonomian masyarakatnya. Peran Pemerintah dengan alokasi Dana Desa juga memberikan stimulus masyarakat Desa menjadi lebih baik. Disparitas Perkotaan dan Pedesaan mulai bisa dikurangi serta mendorong pemerataan pertumbuhan ekonomi dan memperluas lapangan kerja. Desa Wisata mendorong juga sektor lain untuk saling menopang

Pelajaran penting yang dapat diperoleh adalah upaya peningkatan kontribusi pariwisata masih bisa dioptimalkan, merupakan sektor dengan potensi pengembangan luas dan berkesinambungan, membutuhkan dan menyerap banyak tenaga kerja, mampu mendorong sektor lain untuk ikut meningkat dan dukungan potensi alam yang sangat banyak. Potensi ini membutuhkan pengelolaan dengan kerjasama dan sinergi banyak pihak khususnya seluruh pihak yang ada di Desa mulai dari Masyarakat, Aparat Desa dan seluruh stakeholder yang ada. Potensi kunjungan Wisatawan Lokal, Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara perlu dilihat dan terus dijaga agar momentum tersebut tetap ada dan terus meningkat. Potensi yang dimiliki masing-masing daerah

harus mampu diolah menjadi destinasi dan atraksi yang bagus menjadi referensi masing-masing wisatawan.

B. Arah Pengembangan Desa Wisata

Identifikasi yang detail seluruh potensi merupakan langkah awal upaya pengembangan Desa Wisata. Potensi itu bersama-sama Masyarakat, Pemerintah, Stakeholder, Swasta. Hal ini membutuhkan Sumber Daya Manusia yang baik, handal, tekun adaptif dengan perkembangan zaman dan teknologi serta berwawasan lingkungan untuk menjamin keberlangsungan Desa Wisata yang selaras dengan kelestarian lingkungan. Apabila potensi sudah mampu diidentifikasi dengan keterlibatan masyarakat beserta pihak terkait. Hal penting selanjutnya adalah merencanakan pengembangan infrastruktur sesuai dengan kebutuhan dan karakter desa wisata. Infrastruktur, Fasilitas, Akomodasi, pengelolaan lingkungan, akses beserta sarana penunjang lainnya dengan memperhatikan konsep *sustainable tourism*. Desa Wisata yang memperhatikan kondisi lingkungan, sosial, budaya, serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan secara berkelanjutan. Sehingga kondisi ini bisa berlangsung dalam jangka panjang. Infrastruktur yang bagus juga harus dilanjutkan dengan peningkatan produk pariwisata dan atraksi yang harus selalu dikembangkan dan ditingkatkan melalui

inovasi dan kreatifitas. Pemasaran dan promosi Desa Wisata memanfaatkan perkembangan IT harus terus menerus untuk menghasilkan pengelolaan berkelanjutan. Setiap tahapan harus dilengkapi dengan evaluasi dan perbaikan, siklus tersebut dilakukan agar mampu tetap bertahan dan semakin meningkatkan dan keberlanjutan Desa Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditha Agung Prakoso, "Konsep dan Teori Desa Wisata", Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022.
- Agnes Wirdayanti, Amanah Asri, Bambang Dwi Anggono, dkk. "Pedoman Desa Wisata", Jakarta: Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia, 2021.
- Ahmad Syukron Sidik, Farizan Fahmi, "Pengembangan dan Pengelolaan Desa Wisata Pasar Pancingan di Desa Bilebante Kecamatan Pringgarata Lombok Tengah", Jurnal ABDIPAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol. 3, No.2, 2019, hal. 11-16.
- April Sabdi Marbun, Emrizal, Rahmat Darmawan, "Perencanaan Daya Saing Destinasi Wisata Berdasarkan tipologi Psikografik Wisatawan", Jurnal NAWASENA, Vol. 2, No. 1, April 2023.
- Bambang Supriadi dan Nanny Roedjinandari, "Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata", Malang: Universitas Negeri Malang, 2017.
- Bank Indonesia, dkk, "Penerapan Quality Tourism Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional" Jakarta, BI Institute, 2023.
- Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019). The travel and Tourism Competitiveness Report 2019. World business research, 44(3), 137-152.
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. Tourism economics, 14(2), 325-342.
- Dahles, H., Prabawa, T. S., Koning, J., "Local Tourism Businesses in Indonesia: A Pathway to Crisis- Resilient

Development?”, *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 13(1):17-33.

Deasy Olivia, Wahyu Tisno Atmojo, Andi Guna, “Analisis Potensi Desa Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Aksesibilitas dan Konektivitas di Desa Wisata Cikolelet”, *Jurnal IKRAITH-TEKNOLOGI*, Vol. 6, No. 3, November 2022, Hal. 28-37.

Dini Rahmawati, Yulia Sariwaty S, Rina Dwi Handayani, “Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Nagari Kota Hilalang, Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok” *Jurnal Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi*, Maret 2014, hal. 155-159.

Hery Hermawan, “Dampak Pengembangan Desa Wisata Ngalanggeran Terhadap Masyarakat Lokal”, *Jurnal Pariwisata*, Vol. 3, No. 2, September 2016, hal. 105-117.

Ida Ayu Anggreni Suryaningsih, Ida Bagus Suryawan, “Posisi Desa Serangan Berdasarkan Analisis Tourism Area Life Cycle”, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 4, No. 2, 2016, hal. 1-6.

Immy Suci Rohyani, Insan Nursalim, Nur Suci Armini, “Pengembangan Potensi Wisata Melalui Optimalisasi Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Arjangka”, *Jurnal Abdi Insani LPPM Unram*, Vol. 6, No. 3, Desember 2019, hal. 332-339.

Istijabatul Aliyah, Galing Yudana, Rara Sugiarti,” *Desa Wisata Berwawasan: Kawasan Wisata Industri Lurik*”, Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.

Komang Trisna Pratiwi Arcana, “Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Perkembangan Akomodasi Pariwisata, Studi Kasus: Desa Adat Seminyak, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali”, *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol. 16, No.1. 2016, hal..52-60.

- Neny Marlina, "Kemandirian Masyarakat Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism: Studi Kasus Desa Ketenger, Kabupaten Banyumas", *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Vol. 4, No.1, 2019, hal. 17-26.
- Novia Purbasari, dan Asnawi, "Keberhasilan Community Based Tourism di Desa Wisata Kembangarum, Pentingsari, dan Ngalanggeran", *Jurnal Teknik PWK*, Vol. 3, No. 3, 2014, 476-485.
- Oka A. Yoeti dan I Made Adhi Gunawan, "Sustainable Tourism Sebagai Instrumen Strategis Dalam Perencanaan Pembangunan", *Jurnal of Tourism Destination and Attraction*, Vol. 1, No. 1, Nov 2013, hal. 37-44.
- Potjana Suansri, "Community Based Tourism Handbook", Thailand: Responsible Ecological Social Tour-REST, 2003.
- Singgih, PURNOMO , Endang Siti RAHAYU, Asri Laksmi RIANI, Suminah SUMINAH, Udin UDIN, "Empowerment Model for Sustainable Tourism Village in an Emerging Country" *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7 No 2 (2020) 261-270. <https://www.researchgate.net/publication/339567966>
- UNESCO. (2018). Rinjani-Lombok UNESCO Global Geopark (Indonesia). Diakses pada 25 September 2023, dari <https://en.unesco.org/global-geoparks/rinjani-lombok>.
- Syahbudin, Khasan Effendy, Kusworo, "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bangka", *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 5, No. 3, Juli 2021, hal. 611-622.
- Vina Arnita, Yushita Marini, Nisha Marina, "Strategi Pembangunan dan Pengembangan Desa Wisata", Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.

Vitria Aryani, Dani Rahadian M, Aranyaka Dananjaya Axioma, dkk. "Buku Pedoman Desa Wisata", Jakarta: Kementerian Pariwisata, 2019.

Widya Octovia Rini Simanjuntak, Emrizal, Rahmat Darmawan, "Perencanaan dan Pengembangan Produk Wisata Berbasis Karakteristik Wisatawan", Jurnal Darma Agung, Vol. 31, No. 3, Juni 2023, hal. 302-312.