

## STRATEGI PENGEMBANGAN KUTA LOMBOK SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA

**Ander Sriwi**

**I Nyoman Sudiarta**

**Ni Putu Eka Mahadewi**

Email : [undersriwi@gmail.com](mailto:undersriwi@gmail.com)

PS. S1 Industri Perjalanan Wisata

Fakultas Pariwisata UNUD

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi-potensi wisata yang dimiliki oleh destinasi pariwisata Kuta Lombok, kemudian akan dirumuskan strategi yang dapat diterapkan di destinasi pariwisata Kuta Lombok sehingga membantu proses pengembangannya menjadi lebih optimal. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi artinya melakukan pengamatan langsung di Kuta Lombok (lokasi penelitian), wawancara mendalam artinya bertanya langsung kepada informan yang dipilih sudah dipilih, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan untuk teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil yang didapatkan melalui analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT adalah bahwa potensi-potensi yang dimiliki oleh Kuta Lombok merupakan potensi yang harus dikembangkan, karena destinasi pariwisata Kuta Lombok memiliki potensi yang sangat potensial. Potensi wisata yang ada seperti, pemandangan laut dan pantainya, pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam pemandangan alam yang meliputi perbukitan yang berbaris dan hijau. Sedangkan potensi sosial budaya yang terdapat di Kuta Lombok adalah terdiri dari keunikan tradisi dan budaya masyarakat setempat seperti upacara adat sasak, kesenian tradisional, tradisi preasan dan *Bau Nyale*. Melihat potensi-potensi yang dimiliki oleh Kuta Lombok berdasarkan hasil dari analisis AWOT dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok terdapat beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, strategi-strategi tersebut yaitu: strategi pengembangan daya tarik wisata dan strategi pengembangan daya tarik wisata yang dihasilkan oleh strategi *strength-opportunity* (S-O), strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan yang dihasilkan oleh strategi *strength-threat* (S-T), strategi peningkatan kualitas lingkungan dan strategi promosi destinasi pariwisata yang dihasilkan oleh strategi *weakness-opportunity* (W-O), strategi pengembangan sumber daya manusia yang dihasilkan oleh strategi *weakness-threat* (W-T).

**Kata Kunci** : Strategi pengembangan Kuta Lombok sebagai destinasi pariwisata

### LATAR BELAKANG

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin meningkat seiring adanya keinginan pemerintah Indonesia yang menargetkan kunjungan 20 juta wisatawan pada tahun 2020. Untuk mewujudkan target kunjungan tersebut, pemerintah saat ini tengah gencar melakukan promosi wisata di berbagai Negara salah satunya di New Delhi, India dalam

acara *Word Culture Festival* (WCF), ([www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)). Selain melakukan promosi, dalam mendukung perkembangan pariwisata Indonesia. Pemerintah tengah melakukan percepatan pembangunan terutama di bidang pariwisata yang sudah dilakukan di berbagai daerah, diantaranya destinasi pariwisata Kuta Lombok yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah.

Destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah destinasi pariwisata yang banyak dikunjungi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, keindahan alamnya yang masih alami dan hijau, keindahan laut dan pantainya serta pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam. Potensi-potensi yang dimiliki oleh Kuta Lombok seperti keindahan alamnya, keindahan pantainya dan pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam, serta tradisi masyarakatnya merupakan potensi yang harus dikembangkan sehingga nantinya diharapkan mampu menarik minat wisatawan berkunjung ke Kuta Lombok.

Meskipun Kuta Lombok telah tersedia berbagai jenis daya tarik wisata yang beragam, Tetapi ada beberapa masalah yang masih perlu diperhatikan lebih lanjut oleh pemerintah seperti pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok yang kurang maksimal sehingga perkembangan Kuta Lombok masih belum terlihat secara signifikan. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti menarik untuk menganalisis bagaimana strategi yang bisa dilakukan atau diterapkan di destinasi pariwisata Kuta Lombok sehingga pengembangan kepariwisataan Kuta Lombok dapat berjalan secara optimal.

## **METODE**

### **Jenis dan Sumber Data**

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

### **Teknik Pengumpulan data**

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

### **Teknik Penentuan Informan**

Sugiyono (2009:221) mengemukakan bahwa dalam suatu penelitian penentuan informan sangat mempengaruhi hasil dari penelitian tersebut terlebih lagi penelitian kualitatif, karena penentuan informan berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum.

Maka dalam penelitian ini teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT.

## **HASIL**

### **Potensi dan Daya Tarik Wisata Kuta Lombok**

Dalam penelitian ini terdapat dua potensi wisata yang dimiliki oleh Kuta Lombok yang dapat mendorong perkembangan Kuta Lombok menjadi destinasi pariwisata yaitu potensi alam dan potensi sosial budaya. Destinasi pariwisata Kuta Lombok memiliki berbagai jenis daya tarik wisata yang beragam, mulai dari daya tarik wisata alam maupun sosial budaya. Keindahan laut dan pantai, perbukitan, pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam merupakan potensi alam Kuta Lombok yang sangat mendukung pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok. Keindahan alam Kuta Lombok merupakan potensi dan daya tarik wisata yang bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kuta Lombok baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Sedangkan untuk potensi sosial budaya terdiri dari acara *Bau Nyale* yang biasa disemarakkan dengan bernagai atraksi budaya seperti pawai budaya, kerajinan dan kesenian tradisional, selanjutnya akan diadakan lomba pacuan kuda, dan juga presean.

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

Dari strategi ada beberapa strategi yang di dapatkan yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, strategi tersebut adalah;

1. Strategi pengembangan destinasi pariwisata, dalam mendukung pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok sangat perlu dilakukan terlebih dahulu adalah mengembangkan potensi-potensi yang sudah ada, dalam hal ini ada beberapa program yang bisa di aplikasikan untuk mengembangkan potensi wisata Kuta Lombok seperti, mengelompokkan daya tarik wisata terlebih dahulu seperti potensi

alam dan potensi sosial budaya. Selanjutnya perlu dilakukan juga pembuatan wisata unggulan yang nantinya akan menjadi salah satu andalan atau menjadi icon Kuta Lombok

2. Strategi pengembangan destinasi pariwisata, dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, ada beberapa program yang bisa diterapkan untuk mengembangkan destinasi pariwisata Kuta Lombok, program-program tersebut antara lain:
  - a. Pertama, perlu adanya pengembangan sarana dan prasarana di Kuta Lombok beserta infrastruktur dalam mendukung jalanya aktivitas kepariwisata.
  - b. Kedua, yaitu dengan penambahan fasilitas pengelola pariwisata lainnya seperti; pusat layanan informasi yang biasa disebut *Tourism Information Center*, dan lebih memperhatikan masalah keamanan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata.
  - c. Perlu adanya pembangunan akomodasi pariwisata seperti; program pembangunan toilet umum, dan program pembuatan tempat-tempat sampah yang ramah lingkungan

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

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

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

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

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

promosi destinasi pariwisata dan strategi pengembangan kualitas lingkungan.

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

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

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

### **PEMBAHASAN**

#### **Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kuta Lombok**

Untuk mendapatkan strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, terlebih dahulu menguraikan dalam bentuk tabel terkait dengan faktor internal maupun eksternalnya. Kemudian langkah selanjutnya adalah menjelaskan atau

memberikan ulasan dalam bentuk tabel matriks SWOT untuk merumuskan strategi yang bisa diterapkan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok.

**Tabel: 1.1 Matriks Analisis SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Tentukan faktor kekuatan internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>		
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan faktor peluang eksternal	<b>Strategi S-O</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi W-O</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan faktor ancaman eksternal	<b>Strategi S-T</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi W-T</b> Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Diadaptasi dari Rangkuti, 2009:31

1. Strategi *Strength-Opportunity* (S-O), strategi ini menghasilkan strategi pengembangan daya tarik wisata dan pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
2. Strategi *Strength-Threat* (S-T), dimana strategi ini menghasilkan strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan, dalam hal ini keamanan dan kenyamanan destinasi pariwisata Kuta Lombok perlu ditingkatkan lagi yaitu dengan cara

menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman

3. Strategi *Weakness-Opportunity* (W-O), dimana strategi ini menghasilkan beberapa strategi dalam mengembangkan destinasi Kuta Lombok adalah strategi peningkatan kualitas lingkungan dan promosi destinasi pariwisata yaitu dengan meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang.
4. Strategi *Weakness-Threat* (W-T), berdasarkan hasil dari analisis SWOT strategi ini menghasilkan strategi yang bisa dilakukan dalam mengembangkan destinasi pariwisata Kuta Lombok yaitu strategi pengembangan sumber daya manusia.

#### **Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Destinasi Pariwisata Kuta Lombok**

1. Kondisi Lingkungan Internal Kuta Lombok  
Kekuatan dan kelemahan destinasi pariwisata Kuta Lombok berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam dengan narasumber (12 narasumber) adalah:
  - a. Kekuatan (*Strengths*), yaitu semua yang dapat dikembangkan sebagai sebuah daya tarik wisata, Kekuatan Kuta Lombok diantaranya adalah keindahan alam yang terdiri dari panorama *Sunrise* dan *sunset* serta keindahan lautnya, kemudian keunikan tradisi dan budaya masyarakat local yang ergolong unik, serta sikap ramah tamah masyarakat local.
  - b. Kelemahan (*weakness*), dalam penelitian ini ditemukan beberapa penyebab lambatnya pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok, diantaranya adalah kualitas maupun kuantitas sumber daya manusia (SDM) masih cukup rendah. Selain itu yang menjadi kendala dalam pengembangan Kuta Lombok juga disebabkan karena kurangnya kemauan masyarakat untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan maupun kebersihan lingkungan sekitar, terakhir adalah karena belum tertatanya pedagang kaki lima, karena ini akan merusak pemandangan dan lingkungan.
2. Kondisi lingkungan eksternal destinasi pariwisata Kuta Lombok
  - a. Yang menjadi peluang dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah kemajuan teknologi

informasi beserta telekomunikasi yang semakin pesat perkembangannya. Semakin berkembang teknologi teknologi tersebut akan membuat seseorang lebih mudah untuk mencari informasi dengan cepat.

- b. Ancaman (*Threats*), salah satu yang menjadi ancaman terhadap perkembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah keamanan dan kenyamanan, sedangkan yang membuat atau mempengaruhi keamanan dan kenyamanan di Kuta Lombok adalah disebabkan karena kondisi areal parkir yang masih belum terkelola dengan baik, ketersediaan fasilitas toilet umum yang masih sangat kurang memadai, perilaku agresif pedagang asongan. Kondisi seperti ini tentu akan memperburuk citra destinasi pariwisata Kuta Lombok.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil yang didapatkan terkait strategi pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok agar menjadi salah satu destinasi pariwisata yang mempunyai daya saing yang tinggi, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa potensi yang dimiliki oleh Kuta Lombok adalah sangat layak untuk dikembangkan. Adapun potensi-potensi tersebut adalah.

1. Potensi alam, yang meliputi pemandangan matahari terbit (*sunrise*) dan matahari terbenam (*sunset*), keindahan pantai serta lautnya dan juga perbukitan yang tersusun bagaikan benteng perbatasan yang hijau.
2. Potensi sosial budaya, yang terdiri dari budaya masyarakat seperti; upacara adat sasak, kerajinan dan kesenian tradisional, tradisi ‘‘*Bau Nyale!*’’ dan presean.

Sedangkan strategi yang bisa dilakukan dalam pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok adalah.

1. Strategi *Strength - Opportunity* (S-O) menghasilkan strategi pengembangan daya tarik wisata dan strategi pengembangan destinasi pariwisata.
2. Strategi *Strength - Threat* (S-T) yang menghasilkan strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan.

3. Strategi *Weakness - Opportunity* (W-O) menghasilkan strategi peningkatan kualitas
4. Strategi *Weakness - Threat* (W-T) menghasilkan strategi pengembangan sumber daya manusia.

### Saran

1. Meningkatkan sumber daya manusia khususnya di sektor pariwisata sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik secara kualitas maupun kuantitas, sosialisasi mengenai gerakan sadar wisata.
2. ditingkatkan terutama keamanan, sehingga wisatawan yang berkunjung di Kuta Lombok lebih menikmati waktu berliburnya dengan rasa nyaman, tenang dan damai. Untuk mencapai itu semua tentu memerlukan kerjasama dengan melibatkan semua elemen masyarakat, *stakeholder*, serta pelaku wisata.

### REFERENSI

- Anonim, 2013. *Statistik Kepariwisata Kabupaten Lombok Tengah*.
- Biro Hukum dan Komunikasi Publik. 2016. *Wonderful Indonesia Dipromosikan di Word Culture Festival 2016*. Diakses 19 April 2016. Tersedia pada: [www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3119](http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3119).
- Marpaung, Happy, 2000. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.