
STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA *HOME* INDUSTRI TAHU TEMPE DI KEKALIK - KOTA MATARAM

Oleh

I Wayan Suta Tanaya¹, Lalu Yulendra², Ni Luh Kartini³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹wayansuta24@gmail.com, ²laluyulendra@gmail.com,

³niluhkartini21@gmail.com

Article History:

Received: 08-09-2022

Revised: 19-10-2022

Accepted: 27-10-2022

Keywords:

Strategi, Pengembangan,
Home industri.

Abstract: Kekalik Jaya merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kota Mataram tepatnya di Kecamatan Sekarbela, yang memiliki pengolahan berbagai macam olahan dari tahu dan tempe. Tradisi pengolahan tahu dan tempe tersebut menjadi daya tarik tersendiri sebagai objek wisata yang ada di Mataram. Penelitian ini menggunakan analisis teori SWOT dalam menganalisis strategi yang digunakan untuk mengembangkan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik – Kota Mataram. Selain itu penelitian ini juga menggunakan beberapa konsep diantaranya konsep 4A (Attraction, Amenities, Ancillary dan Accesibility). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam menjalankan strategi pengembangannya Dinas Pariwisata Kota Mataram memiliki faktor pendorong dan penghambat. Untuk faktor pendorong didukung oleh letak geografis Kelurahan Kekalik yang sangat strategis, skill dalam membuat olahan tahu dan tempe dan pembuatan yang tidak menggunakan bahan pengawet. Untuk faktor penghambat sendiri adalah akses menuju kawasan pariwisata, limbah yang belum dikelola dengan baik dan masih terus melakukan kerjasama dengan beberapa pihak untuk memperoleh dana yang cukup besar untuk membangun kawasan pariwisata Kekalik Jaya.

PENDAHULUAN

Pulau Lombok merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki banyak destinasi pariwisata yang sangat terkenal di dunia dan banyak dikunjungi oleh para wisatawan asing maupun mancanegara. Dikutip dari Koosandriyani (2018) Pulau Lombok dikenal dengan julukan “Pulau Seribu Masjid” karena memiliki banyaknya bangunan masjid dan juga keindahan alam yang luar biasa. Pulau Lombok juga dikenal dengan kebudayaan, adat istiadat dan wisata kuliner yang dimilikinya. Hal tersebut yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Lombok.

Di pulau Lombok khususnya di Kota Mataram terdapat banyak Kawasan pariwisata yang dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan PERDA No. 6 tahun 2019 pada pasal 16 ayat 2 dijelaskan bahwa terdapat 6 kecamatan di Kota Mataram yang memiliki Kawasan pariwisata, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1. Kecamatan Kawasan Pariwisata di Kota Mataram
2019**

| No | Kecamatan | Kawasan |
|----|-------------|--------------------------|
| 1 | Cakranegara | Taman Mayure |
| 2 | Sandubaya | Pasar Mandalika |
| 3 | Ampenan | Kota Tua |
| 4 | Sekarbela | Home Industri Tahu Tempe |
| 5 | Mataram | Taman Sangkareang |
| 6 | Selaparang | Islamic Center |

Sumber: PERDA Kota Mataram 2019

Berdasarkan pada tabel 1 dijelaskan bahwa terdapat 6 kecamatan di Kota Mataram yang memiliki Kawasan pariwisata dan juga masing-masing kecamatan tersebut memiliki destinasi wisata yang berbeda-beda. Pada penelitian ini *Home Industri Tahu Tempe Kekalik* berada di Kecamatan Sekarbela. Pada Kecamatan Sekarbela terdapat 6 kawasan Pariwisata yang terdiri dari Pusat Kerajinan Mutiara Sekarbela, Makam Loang Baloq, Taman Loang Baloq, Pantai Tanjung Karang, Pantai Gading Mapak Dan *Home Industri Tahu Tempe Kekalik*.

Taman Loang Baloq terdapat wisata pantai yaitu pantai Loang Baloq, wisata sejarah dan tamannya. Pantai Gading Mapak daya tarik wisata pantai gading menjadi salah satu potensi selanjutnya yang dimiliki oleh Kota Mataram, adanya daya tarik wisata ini tentu menjadi pilihan lain bagi wisatawan ketika berkunjung di Kota Mataram.

Hal ini dapat diidentifikasi dari terbatasnya wisata kuliner di Kota Mataram khususnya pada Kecamatan Sekarbela yang menawarkan kekhasan kuliner lokal. Dari penjelasan di atas dapat dilihat Dari ke 6 kawasan pariwisata di Kecamatan Sekarbela hanya *Home Industri tahu tempe di Kekalik* saja yang masih kurang berkembang dan kurang diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan akses yang belum cukup memadai untuk di jangkau oleh para wisatawan. *Home Industri tahu tempe Kekalik* juga masih memanfaatkan rumah mereka sebagai pabrik, hal itu juga yang mengakibatkan para wisatawan enggan untuk berkunjung karena lahan yang sempit dan kurangnya fasilitas yang memadai untuk para wisatawan yang datang.

Jumlah pengusaha tahu tempe sebanyak 97 produsen tahu tempe Kekalik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah produsen *Home Industri tahu tempe Kekalik* pada tabel 1.2 berikut:

**Tabel 2. Jumlah produsen Home Industri Tahu Tempe Kekalik
Tahun 2021**

| Lingkungan | Jumlah Produsen |
|-----------------|-----------------|
| Kekalik Gerisak | 45 |
| Kekalik Timur | 14 |
| Kekalik Barat | 28 |
| Kekalik Kijang | 10 |
| TOTAL | 97 |

Sumber: Data Kelurahan Kekalik, 2021

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa Lingkungan Kekalik memiliki 97 produsen terbagi menjadi 4 lingkungan terdiri dari Kekalik Gerisak sebanyak 45 produsen, Kekalik Timur sebanyak 14 produsen, Kekalik Barat sebanyak 28 produsen dan Kekalik Kijang sebanyak 10 produsen.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pengembangan kawasan Pariwisata pada *Home* Industri Tahu Tempe di Kekalik dapat dikatakan masih belum adanya strategi yang tepat. Sehingga, kekayaan potensi kuliner lokal yang ada perlu dikembangkan dengan strategi yang tepat sehingga mampu menjadi kawasan wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata *Home* Industri Tahu Tempe Di Kekalik - Kota Mataram"

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dapat diungkap suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. *Bagaimana potensi kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Di Kekalik-Kota Mataram?*
2. *Bagaimana strategi pengembangan kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Di Kekalik-Kota Mataram?*

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menggali potensi Pariwisata *Home* Industri Tahu Tempe Di Kekalik-Kota Mataram.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan Pariwisata *Home* Industri Tahu Tempe Di Kekalik-Kota Mataram.

Manfaat Penelitian

1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan informasi tambahan untuk memperkuat teori yang ada untuk melakukan penelitian sejenis lainnya.

2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai seberapa jauh pihak pedagang telah memberikan pelayanannya kepada pelanggan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan didalam penyusunan rencana dan strategi pemasaran.

LANDASAN TEORI

1. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan keahlian, kemampuan, nilai, moral serta cara tertentu sesuai dengan apa yang dikehendaki. Pengembangan juga dapat diartikan sebagai satu bagian manajemen yang menitik beratkan pada implementasi potensi budaya harus dilaksanakan dengan rentang waktu, berapa langkah sistematis yang dapat mengarah pada pencapaian hasil, dan hasil yang dicapai diharapkan pada perencanaan manajemen untuk mencapai tujuan visi dari sasaran rencana tersebut.

2. Kawasan Pariwisata

Dikutip dari PERDA No. 6 Tahun 2019, bahwa kawasan pariwisata adalah kawasan strategis pariwisata dalam geografis satu atau lebih wilayah administrasi kelurahan yang

didalamnya terdapat potensi daya tarik wisata, aksesibilitas yang tinggi, ketersediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata serta aktivitas sosial budaya masyarakat yang saling mendukung dalam perwujudan kepariwisataan.

Dalam lingkup yang lebih luas kawasan pariwisata dikenal sebagai perkampungan kota yang mempunyai tumpuan kehidupan pada penyediaan sarana dan prasarana wisata seperti penginapan, restaurant, hiburan dan penyediaan jasa lainnya.

3. Home Industri

Menurut Sulaiman, dkk (2021), Memahami *Home* industry atau lebih dikenal dengan sebutan industri rumahan banyak dimaknai sebagai unit usaha tidak mempunyai bentuk berbadan hukum serta dilaksanakan secara kekeluargaan atau kelompok anggota rumah tangga dengan ciri kegiatannya merubah bahan baku dasar menjadi barang setengah jadi. Industri rumahan ini biasanya bekerja dalam lingkup kecil dengan menggunakan rumah tinggal sebagai proses produksinya, pusat manajemen pemasaran secara bersamaan.

4. Wisata Kuliner

Wisata kuliner menurut menurut Tin & Duarte dalam Agustin, dkk (2020: 1213) menjelaskan bahwa berdasarkan persepsi wisatawan, unsur-unsur yang ada pada spot wisata kuliner adalah akses, kualitas kuliner, keberagaman kuliner baik makanan maupun minuman, layanan, suasana, kebersihan, keamanan, dekorasi, harga dan fasilitas pendukung.

Dengan menggabungkan perjalanan dengan pengalaman makan dan minum, wisata makanan menawarkan "kesan tempat" yang baik bagi penduduk local maupun wisatawan.

A. Syarat Wisata Kuliner

(Saleh, dalam Besra dalam Sasongko, dkk (2019)). Penentuan syarat dan cakupan suatu kawasan dikatakan sebagai kawasan wisata kuliner haruslah memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti yang akan dijelaskan berikut:

1) Perjalanan

Perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi.

2) Kegiatan Makan Minum Unik

Kegiatan Makanan Unik adalah salah satu unsur yang di kawasan wisata kuliner yang ada.

3) Memberikan Pengalaman Baru

Pengalaman adalah kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasai, ditanggung dsb) baik yang sudah lama atau baru saja terjadi.

Berdasarkan cakupan wisata kuliner tersebut, dapat diketahui bahwa yang menjadi dasar dan juga daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan dan minuman.

5 Definisi Konsep

5.1 Strategi Pengembangan Pariwisata

Palupi dan Abdilah (2019) Pengembangan pariwisata kuliner tidak hanya menawarkan potensi besar dalam merangsang perekonomian lokal, nasional, dan regional namun juga menjanjikan tercapainya keberlanjutan pembangunan pada masa depan. Produk pariwisata memiliki hierarki berdasar lingkup pengembangannya dimulai dari potensi wisata sampai dengan paket produk wisata.

Pengembangan pariwisata yang tumbuh dan berkembang oleh sejarah, budaya, ekonomi, dan masyarakat. Kuliner merupakan salah satu hal yang paling diminati dan

berharga di mata wisatawan. Disadari juga bahwa berkembangnya wisata kuliner seiring dengan berkembangnya social media, perkembangan ekonomi, dan peningkatan pemahaman terhadap warisan budaya tradisional. Pengembangan pariwisata kuliner sangat relevan dengan trend milenial tersebut di mana makan saat ini sudah tidak identik lagi dengan pariwisata massal.

5.2 Tinjauan Tentang Konsep 4a

Konsep 4A dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana potensi kawasan pariwisata pada *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik di Kota Mataram. Menurut Setiawan (2015), terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu:

1. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata.

2. *Amenity* (Fasilitas)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain.

4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, Tourist Information, Travel Agent dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan.

5.3 Analisis Swot

Menurut Freddy (2004) Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Analisa SWOT menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan mampu memberikan solusi. Komponen analisis SWOT ada 4 yaitu:

a. *Strenght-S* (Kekuatan); Analisa kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi saat ini.

b. *Weakness- W* (Kelemahan); Analisa kelemahan merupakan kelemahan yang ada di dalam perusahaan atau organisasi saat ini.

c. *Opportunity-O* (Peluang); Analisa peluang ini menggambarkan kondisi situasi di luar organisasi.

d. *Threats-T* (Ancaman); Analisa ancaman menggambarkan tantangan atau ancaman yang harus dihadapi organisasi.

Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu objek pariwisata.

1. Faktor Internal

METODE PENELITIAN

1. *Lokasi Peneliti*

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram sebagai tempat penelitian karena wilayah Kekalik Kota Mataram pertumbuhannya sangat pesat di sektor kuliner yang membuat para pecinta kuliner berdatangan untuk berwisata kuliner. Wilayah Kekalik Kota Mataram menjadi tempat berkumpulnya semua kalangan dari yang berpenghasilan menengah kebawah dan menengah ke atas.

2. *Rancangan Penelitian*

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian yaitu *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram. Kawasan ini dipilih karena merupakan salah satu kawasan strategis yang tengah dikembangkan sehingga memerlukan banyak aspek penunjang yang perlu dipersiapkan terutama aspek kuliner. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif atau dalam bentuk deskripsi.

3. *Subjek Dan Objek Penelitian*

A. *Subjek Penelitian*

Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha *Home* Industri Tahu Tempe di Kekalik Kota Mataram. Penentuan responden ini bertujuan untuk dapat mewakili populasi yang ada. Dari 97 pengusaha tahu dan tempe di Kelurahan Kekalik Jaya peneliti hanya mengambil 1 pengusaha untuk dapat mewakili pada masing masing lingkungan.

B. *Objek Penelitian*

Adapun objek penelitian ini yaitu, *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram.

4. *Jenis Dan Sumber Data*

Data merupakan kumpulan dari informasi yang mampu menggambarkan suatu keadaan pada suatu objek, data biasa berupa angka-angka ataupun berupa pernyataan yang tetuang dalam kalimat. Moleong (2006: 133-144) menjelaskan pada umumnya data terbagi menjadi dua yaitu:

1. *Data primer*

Data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber asli atau informan tanpa melalui prantara yang terdiri dari atas hasil wawancara dan penyebaran kuisioner.

2. *Data sekunder*

Data yang di peroleh langsung dari perusahaan dan literatur lainnya seperti buku-buku yang berhubungan dengan topik pembahasan serta laporan penelitian sebelumnya.

5. *Metode Pengumpulan Data*

A. *Observasi*

Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal-hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

B. *Wawancara*

Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara.

C. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

6. Teknik Penentuan Informan

Merujuk pada Moleong (1988: 103) menyatakan kedudukan peneliti adalah metode penelitian kualitatif merupakan perencanaan, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan pada akhirnya peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya. Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling. Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dari peneliti ini bahwa orang yang dipilih sebagai sumber data tersebut dianggap tepat atau mampu memahami permasalahannya.

Informan yang dipilih adalah pengusaha *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik di Kota Mataram. Kriteria informan penelitian sebagai berikut:

A. Kepala lurah Kekalik Jaya Kota Mataram

B. 1 pengusaha *Home* Industri pada masing-masing lingkungan Kekalik (Barat, Timur, Gerisak dan Kijang)

7. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan langkah lanjutan untuk mengelola data yang telah diperoleh baik data primer maupun data sekunder dengan tujuan supaya penelitian ini lebih mudah di baca, dipahami, dan diinterpretasikan. Oleh karena itu metode analisis data pada penelitian menggunakan analisis deskriptif.

Metode analisis deskriptif adalah suatu analisis yang mendeskripsikan (menggambarkan) data-data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang sudah di rumuskan baik berupa kondisi atau hubungan yang ada.

Adapun teknik pengumpulan data dan reduksi data yang peneliti menggunakan yaitu:

1. Pengumpulan data

Seperti yang telah ada di teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi untuk mendapat data yang diperlukan

2. Reduksi data

Reduksi bisa diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyerderhanaan data yang muncul dari catatan-catatan di lapangan (Patilima dalam Hamta 2016: 8). Inti dari reduksi data ini adalah proses pembangunan segala bentuk data yang di dapat di lapangan menjadi suatu script yang selanjutnya dapat dianalisis. Dan hasil dari observasi selanjutnya diformat menjadi lampiran hasil observasi yang berisi kolom indikator, dan informasi dari subjek yang di observasi, adapun hasil verbatim wawancara pada penelitian.

3. Analisis SWOT

Analisa SWOT menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan mampu memberikan solusi untuk permasalahan yang sedang dihadapi. Komponen analisis SWOT ada 4 yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threats*

4. Konsep 4A

Konsep 4A dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana potensi kawasan pariwisata pada *Home* Industri Tahu Tempe Kekalik di Kota Mataram. Menurut Setiawan (2015), terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancilliary*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

A. Sejarah Perkembangan Tahu Tempe Kekalik-Kota Mataram

Kekalik Jaya merupakan salah satu kelurahan yang memproduksi tahu tempe di Kota Mataram pada tahun 90-an, yang dimana pada saat itu yang mengelola kebanyakan orang china dan diwariskan secara turun temurun sampai saat ini dan sentra pembuatan tahu dan tempe cukup banyak di Pulau Lombok. Deretan rumah yang dilengkapi tempat proses produksi tahu dan tempe dengan mudah bisa ditemukan, terutama di Lingkung Kekalik jaya. Rata-rata warganya berprofesi sebagai produsen tahu tempe yang sudah secara turun-temurun mewarisi usaha keluarga ini.

B. Kondisi umum kekalik jaya Kota Mataram

1. Kondisi Iklim

a. Curah hujan

Kota Mataram, musim hujan biasanya mendung, musim kering biasanya sebagian berawan, dan umumnya panas dan menyengat sepanjang tahun.

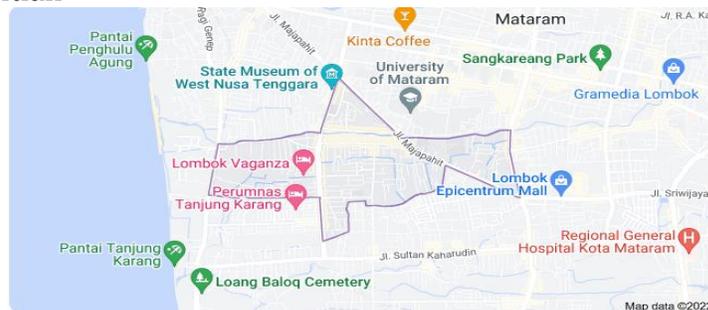
b. Suhu

Bulan terpanas dalam setahun di Kota Mataram adalah November, dengan rata-rata suhu tertinggi 32°C dan terendah 25°C. Musim dingin berlangsung selama 2,0 bulan, dengan suhu tertinggi harian rata-rata di bawah 31°C.

2. Aksesibilitas

Kelurahan kekalik jaya merupakan kelurahan yang lokasinya tidak terlalu jauh dengan Ibu Kota, jarak antara lingkungan dapat dikatakan cukup dekat dikarenakan dalam satu wilayah lingkungan masih bisa ditempuh dengan berjalan kaki atau kendaraan.

Denah lokasi penelitian



Gambar 1. Denah Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps.

2. Hasil Penelitian

2.1 Potensi Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota-Mataram

Penelitian yang digunakan untuk menggali potensi kawasan pariwisata Home industri tahu tempe kekalik-Kota Mataram adalah konsep 4A. Berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan beberapa responden dengan menggunakan konsep 4A, Adapun hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Attraction (atraksi)

Pada konsep yang pertama ini hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa potensi atraksi pada home industry tahu tempe kekalik kota Mataram dapat dikatakan menjadi pendukung pengembangan Kawasan pariwisata. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Attraction (atraksi)

| No | Konsep 4A | Aspek Yang Diamati | Ya | Tidak |
|----|-----------------------------|---|----|-------|
| 1. | Attraction (Atraksi) | Proses pembuatan tahu dan tempe dapat dilihat oleh para wisatawan yang datang | √ | |
| | | Pembuatan tahu dan tempe masih menggunakan cara tradisional | √ | |
| | | Proses pengemasan hasil olahan tahu dan tempe dapat dilakukan oleh wisatawan | √ | |

2. Amenity (fasilitas)

Pada konsep yang kedua ini hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa potensi fasilitas pada home industry tahu tempe kekalik kota Mataram Sebagian aspek yang diteliti dapat dikatakan menjadi pendukung dan Sebagian masih kurang untuk menjadi pendukung pengembangan Kawasan pariwisata. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Amenity (fasilitas)

| No | Konsep 4A | Aspek Yang Diamati | Ya | Tidak |
|----|----------------------------|---|----|-------|
| 2. | Amenity (Fasilitas) | Tersedia fasilitas tempat parkir untuk para wisatawan yang datang | | √ |
| | | Tersedia fasilitas toilet yang memadai untuk para wisatawan yang datang | | √ |
| | | Tersedia fasilitas pelayanan <i>tour guide</i> untuk para wisatawan yang datang | | √ |
| | | Adanya fasilitas penginapan disekitar atau di Kawasan pariwisata | √ | |
| | | Adanya masjid/mushola untuk wisatawan beribadah | √ | |
| | | Adanya rumah makan atau restoran disekitar atau di Kawasan pariwisata | √ | |

3. Accessibility (aksesibilitas)

Pada konsep yang ketiga ini hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa potensi aksesibilitas pada home industry tahu tempe kekalik kota Mataram hanya satu aspek yang diteliti dapat dikatakan menjadi pendukung yaitu jarak perkotaan dengan Kawasan pariwisata dan Sebagian besar masih sangat kurang untuk menjadi pendukung pengembangan Kawasan pariwisata. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Accessibility (aksesibilitas)

| No | Konsep 4A | Aspek Yang Diamati | Ya | Tidak |
|----|--------------------------------------|---|----|-------|
| 3. | Accessibility (Aksesibilitas) | Terdapat transportasi umum menuju kawasan pariwisata | | √ |
| | | Jarak dari bandara atau pelabuhan dekat | | √ |
| | | Jarak perkotaan dengan Kawasan pariwisata dekat | √ | |
| | | Jalan menuju Kawasan pariwisata dapat diakses dengan kendaraan roda 4 atau dengan bus | | √ |
| | | Kondisi jalanan menuju Kawasan pariwisata bagus | | √ |

4. Ancillary (Pelayanan Tambahan)

Pada konsep yang keempat ini hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa

potensi Pelayanan Tambahan pada home industry tahu tempe kekalik kota Mataram semua aspek yang diamati masih sangat kurang untuk menjadi pendukung pengembangan Kawasan pariwisata. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Ancillary (Pelayanan Tambahan)

| No | Konsep 4A | Aspek Yang Diamati | Ya | Tidak |
|----|---------------------------------------|--|----|-------|
| 4. | Ancillary (Pelayanan Tambahan) | Adanya Kerjasama pelaku pariwisata dengan travel agent | | √ |
| | | Terdapat pusat informasi bagi wisatawan yang datang | | √ |
| | | Terdapat lembaga yang mengelola Kawasan pariwisata dengan baik | | √ |

Dari keseluruhan hasil penelitian yang menggunakan konsep 4A dapat dilihat bahwa banyak fasilitas yang belum tersedia ataupun belum memadai untuk para wisatawan yang datang. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan ataupun penambahan fasilitas-fasilitas seperti jalan yang bagus, tempat parkir, toilet umum, pusat informasi, travel agent, Lembaga pengelolaan kawasan pariwisata dan transportasi umum yang dapat diakses wisatawan.

2.2 Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota-Mataram

Dalam menentukan strategi yang tepat untuk Pengembangan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota-Mataram penulis menggunakan konsep SWOT, hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. konsep SWOT

| | | |
|---|---|--|
| Faktor Internal | Strengths (S) | Weakness (W) |
| | A. Skili dalam pembuatan atau pengolahan kedelai menjadi Tahu dan Tempe B. Tahu dan tempe yang diproduksi menggunakan bahan alami tanpa pengawet C. Peran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan dan menjaga kualitas olahan tahu dan tempe yang akan dipasarkan D. Promosi tahu dan tempe beserta olahan seperti kerupuk ampas tahu yang dipasarkan melalui event-event yang diselenggarakan pemerintah | A. Belum tersedia kawasan khusus pariwisata yang layak untuk dikunjungi wisatawan B. Belum tersedia pemandu wisata untuk wisatawan yang datang C. Fasilitas seperti tempat parkir, toilet umum dan lainnya bagi wisatawan belum cukup memadai D. Pengelolaan limbah belum dilakukan dengan baik sehingga menyebabkan pencemaran lingkungan. |
| Faktor eksternal | Opportunity (O) | Strategi WO |
| A. Produk olahan tahu dan tempe yang bervariasi dan pemanfaatan ampas tahu menjadi produk yang dapat dimakan B. Menghadapi persaingan dengan berdasarkan dengan modal masing-masing produsen dan cara pemasarannya C. Kepedulian masyarakat ditunjukkan dengan memastikan produksi tahu dan tempe tanpa menggunakan bahan kimia dengan kualitas produk yang terjamin D. Jarak kawasan pariwisata dengan kota sangat dekat | Strategi SO A. Memaksimalkan pengolahan produk tahu dan tempe B. Menjaga kualitas produk dengan bahan alami tanpa pengawet C. Melakukan promosi kawasan pariwisata melalui media sosial D. Memaksimalkan pengembangan desa dengan kepedulian masyarakat menjaga kualitas dan kebersihan lingkungan | A. Menyediakan fasilitas yang memadai bagi wisatawan yang datang B. Mengelola limbah dengan baik dan benar dengan kepedulian warga C. Menyediakan kawasan pariwisata khusus agar memudahkan wisatawan yang berkunjung D. Menyediakan pemandu wisatawan |
| | Threats (T) | Strategi WT |
| A. Terdapat masalah besar yang dihadapi yaitu mengenai pengolahan limbah yang belum dilakukan dengan baik dan benar B. Tidak tersedianya transportasi umum menuju kawasan pariwisata dan juga akses jalan yang kecil dan berlubang C. Belum adanya upaya untuk menarik investor ataupun bekerjasama dengan travel agent D. Cuaca yang sangat mempengaruhi akses menuju kawasan pariwisata dikarenakan lokasi yang dekat dengan sungai maka akan terjadi banjir | Strategi ST A. Mengoptimalkan aksesibilitas menuju kawasan pariwisata B. Menyediakan transportasi umum yang menuju kawasan pariwisata C. Memotivasi kelompok kegiatan usaha untuk dapat menarik wisatawan maupun investor D. Menghindari pembuangan limbah ke sungai yang mengakibatkan pendangkalan sungai | A. Mengoptimalkan pembinaan dan pelatihan keterampilan pada masyarakat dan pelaku usaha B. Memaksimalkan sarana dan prasarana pendukung pengembangan kawasan pariwisata C. Meningkatkan pengadaan fasilitas usaha masyarakat dan pelaku usaha D. Mengurangi pembuangan limbah ke sungai |

Penjelasan Tabel Analisis SWOT:

1. Mendukung Strategi SO

Pengembangan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik - Kota Mataram

berdasarkan strategi SO (Strengths - Opportunities) yang dapat dilakukan diantaranya: Menjaga kualitas produk dengan bahan alami tanpa pengawet. Melakukan promosi kawasan pariwisata melalui media social. Memaksimalkan pengembangan desa dengan kepedulian masyarakat menjaga kualitas dan kebersihan lingkungan.

2. Mendukung Strategi ST

Strategi Pengembangan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram, strategi ST (Strengths - Threats) yang dapat dilakukan diantaranya : Mengoptimalkan aksesibilitas menuju kawasan pariwisata. Menyediakan transportasi umum yang menuju kawasan pariwisata. Memotivasi kelompok kegiatan usaha untuk dapat menarik wisatawan maupun investor. Menghindari pembuangan limbah ke sungai yang mengakibatkan pendangkalan sungai.

3. Mendukung Strategi WO

Strategi Pengembangan Pariwisata Home Industri Kekalik Kota Mataram, strategi WO (Weakneses-Opportunities) yang dapat dilakukan diantaranya: Menyediakan fasilitas yang memadai bagi wisatawan yang datang. Mengelola limbah dengan baik dan benar dengan kepedulian warga. Menyediakan pemandu wisatawan.

4. Mendukung Strategi WT

Strategi Pengembangan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram, strategi WT (Weaknesses - Threats) yang harus dilakukan diantaranya: Mengoptimalkan pembinaan dan pelatihan keterampilan pada masyarakat dan pelaku usaha. Memaksimalkan sarana dan prasarana pendukung pengembangan kawasan pariwisata. Meningkatkan pengadaan fasilitas usaha masyarakat dan pelaku usaha. Mengurangi pembuangan limbah ke sungai.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan konsep 4A dapat disimpulkan bahwa Home Industri Tahu Tempe di Kekalik-Kota Mataram dapat dikatakan layak untuk menjadi daerah Kawasan Wisata berbasis kuliner dikarenakan proses dalam pengolahan Tahu Tempe yang masih tradisional mempunyai ciri khas tersendiri dalam proses pembuatannya sehingga menjadi nilai daya tarik sendiri bagi wisatawan, namun hal tersebut perlu didukung dengan fasilitas – fasilitas pendukung seperti tempat parkir, toilet umum, dan pusat informasi.

2. Strategi menyusun pemodelan kawasan pariwisata Home Industri Tahu Tempe di Kekalik-Kota Mataram yang didasari pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan/ramah lingkungan. Hal yang dapat dikembangkan yaitu dengan cara memberikan permodalan dan fasilitas untuk membangun kawasan pariwisata, menyediakan transportasi umum seperti angkutan umum menuju Kawasan pariwisata. Mengoptimalkan aksesibilitas menuju kawasan pariwisata dengan memperbaiki akses jalan menuju Home Industri Tahu Tempe. Masyarakat membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata dan Mempromosikan melalui media sosial.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Home Industri Tahu Tempe Kekalik Kota Mataram, maka peneliti mencoba memberikan saran dari hasil penelitiannya agar dapat membantu dalam melaksanakan pengembangan Pariwisata di

kekalik, adalah sebagai berikut :

1. Pemeliharaan lingkungan disekitar lokasi home industri sebaiknya dilakukan secara rutin, sehingga lingkungan akan terlihat lebih bersih, asri, dan nyaman.
2. Perlunya pengoptimalan pengadaan sarana dan prasarana di lokasi wisata berupa toilet umum, lahan parkir, transportasi umum, dan tempat pembuangan sampah. Memaksimalkan aksesibilitas dan akomodasi di sekitar kawasan pariwisata.
3. Melibatkan masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata seperti meningkatkan kemampuan masyarakat lokal dengan cara mengadakan pelatihan ketrampilan usaha dan jasa serta menyediakan sarana dan prasarana untuk penunjang kegiatan usaha masyarakat.
4. Memaksimalkan pengolahan produk tahu dan tempe. Menjaga kualitas produk dengan bahan alami tanpa pengawet. Melakukan promosi kawasan pariwisata melalui media social. Memaksimalkan pengembangan desa dengan kepedulian masyarakat menjaga kualitas dan kebersihan lingkungan..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustin, N.A.,dkk. 2020. "Analisis Potensi Wisata Kuliner Ikan Bakar Sebagai Daya Tarik Wisata Di Pantai Blimbingsari Banyuwangi". Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.6.
- [2] Fardiaz, D. 1998. Peluang, Kendala, dan Strategi Pengembangan Makanan Tradisional, dalam Kumpulan Ringkasan Makalah Seminar Nasional Makanan Tradisional : Meningkatkan Citra dan Mengembangkan Industri Makanan Tradisional Indonesia, Pusat Kajian Makanan Tradisional (PKMT), Lembaga Penelitian Institut Pertanian Bogor-Pusat Antar Universitas dan Gizi IPB, Bogor.
- [3] Fauziah,S. 2019. Pengembangan potensi wisata kuliner dan belanja provinsi jawa tengah.
- [4] Fibrianti, B.S.,2021. "Ketersediaan Lapak Kuliner Sebagai Sarana Infrastruktur Taman Wisata Kekalik Jaya Mataram", Journal Scientific of Mandalika (JSM), vol.2: 247.
- [5] Gardjito, M. (2017). Kuliner Indonesia. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- [6] Gusman, K.C dan Oktarina,N. 2018. "Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga". Economic Education Analysis Journal.
- [7] Hamta, Firdaus. 2016. "Persepsi Alumni Terhadap Mata Kuliah Anti Korupsi Pada Kurikulum Akuntansi 2014 (Studi Kasus Alumni Prodi Akuntansi Universitas Riau Kepulauan Batam)".
- [8] Herdiansyah, Haris. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- [9] Indriantoro Nur dan Supomo Bambang, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- [10] Koosnadriyani. 2018. Asal-Muasal Mengapa Lombok Dijuluki Pulau Seribu Masjid. Diakses Pada 29 Januari 2022, dari <https://m.traveloka.com/en-id/explor/detinition/asal-muasal-mengapa-lombok-dijuluki-pulau-seribu-masjid/5463>.
- [11] Manuela, Elena. 2012. "Tinjauan Umum Kampung Wisata Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Revitalisasi Kampung Wisata Tahunan Dikelurahan Umbulharjo Yogyakarta Studi Rancang Kampung Wisata Berdasarkan Prinsip Tahapan Kebudayaan", International Journal for Responsible Tourism 1.1.

- [12] Marwanti. 2000. Pengetahuan Masakan Indonesia. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa
- [13] Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [14] Palupi Santi., Abdilah Fitri. 2019. Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner. Jakarta: Kementrian Pariwisata.
- [15] Putri, R.A.S.I; dkk. 2018. Strategi pengembangan potensi desa wisata berbasis analisis SWOT desa sidomekar dan penggunaan tourguide online kabupaten jember.
- [16] Sasongko, dkk. 2019. "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang". Perencanaan Wilayah dan Kota.
- [17] Setiawan, I.B.D. 2015. Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali. Skripsi.
- [18] Sulaiman, A, dkk. 2021. "Strategi Membangun Ketahanan Home Industry Unggulan Pariwisata di Destinasi Super Prioritas Mandalika". Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis Vol. 4, No. 1.
- [19] Suteja I wayan., Wahyuningsih Sri. 2019. Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.
- [20] Tarjo. 2019. Metode penelitian. Yogyakarta: Deepublish

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN