
**STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI TAMAN WISATA ALAM SURANADI
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN****Oleh****Ni Luh Putu Suwarsi Udiani¹, Murianto², Sri Wahyuningsih³****^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram****Email : ¹niluhputuudyani@gmail.com, ²muriantompar@gmail.com,****³sriwahyuningsih@gmail.com**

Article History:*Received: 10-10-2024**Revised: 12-10-2024**Accepted: 14-10-2024***Keywords:***Strategi, Destinasi,
Wisatawan..*

Abstract : Taman Wisata Alam Suranadi terletak di Desa Suranadi Kec. Narmada Kabupaten Lombok Barat, NTB. TWA Suranadi ini menjadi icon bagi warga setempat. Lokasi ini dipilih sebagai objek penelitian karena potensi yang dimiliki sangat berpeluang besar bagi masyarakat disana untuk menambah pendapatan. Namun, pada saat covid-19 TWA Suranadi mulai mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara drastis, untuk itu diperlukan adanya strategi yang mampu mendorong jumlah kunjungan pada destinasi tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi yang dapat dikembangkan di destinasi Taman Wisata Alam Suranadi serta untuk mengetahui strategi pengembangan yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Alam Suranadi. Adapun metode yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT sebagai acuan peneli dalam mendapat jawaban dilapangan. Untuk Teknik Pengambilan data, peneliti menggunakan purposive sample. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Taman Wisata Alam Suranadi memiliki potensi antara lain berbagai macam potensi flora dan juga fauna yang beragam yang dapat ditemukan disana. Kegiatan yang dapat dilakukan disana antara lain Camping, melakukan kegiatan pertemuan maupun menjadi tempat edukasi mengenai Hutan dan isinya. Strategi yang dapat diambil untuk menarik wisatawan adalah dengan cara membuat suatu atraksi yang dapat dilakukan dilokasi, yang dimana menjadi unique tersendiri. Salah satunya ialah pembuatan jembatan gantung.

PENDAHULUAN

Menurut Yoeti (1985:164) dalam Dwi Retno Utari tahun (2017), terdapat tiga syarat untuk memenuhi kriteria suatu daya tarik atau atraksi wisata yaitu, sesuatu yang dapat dilihat (something to see), sesuatu yang dapat dapat dikerjakan (something to do), sesuatu yang dapat dibeli (something to buy). Di Taman Wisata Alam Suranadi dulunya terdapat beberapa hewan yang menjadikan TWA Suranadi tersebut sebagai tempat yang iconic, salah satunya ialah Gajah yang dapat dilihat oleh para wisatawan saat berkunjung ke TWA, akan tetapi dikarenakan biaya pemeliharaan dan pengembangannya yang cukup besar, petugas TWA Suranadi merasa tidak

mampu bertahan lama untuk menanganinya, sehingga akhirnya ada gajah yang mati disana dan kemudian beberapa lainnya dibawa pergi ke Taman Nasional Way Kambas yang berada di Pulau Sumatra.

Beberapa faktor tersebut menjadikan Taman Wisata Alam Suranadi sepi pengunjung. Kurangnya aktivitas yang dapat dilakukan disana mempengaruhi motivasi minat kunjung para wisatawan. Sampai saat ini keterlibatan pentahelix pengembangan destinasi di Taman Wisata Alam Suranadi masih belum maksimal menangani permasalahan yang ada dikarenakan masih belum adanya penanganan fokus masalah pada destinasi tersebut sehingga perlu melakukan beberapa strategi pengembangan yang dapat menarik pengunjung wisatawan nantinya.

LANDASAN TEORI

Teori Pengembangan Pariwisata

Menurut Barreto dan Giantari dalam Rudi Setiawan (2022) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Menurut Fitri Darmatasari (2020) pengembangan pariwisata merupakan salah satu usaha untuk mempromosikan daya tarik suatu objek wisata agar menjadi berkembang sesuai dengan visi dan misi. Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari arah pengembangan kebudayaan nasional Indonesia. Dengan kata lain, dalam keadaan nasional itulah terletak landasan bagi kebijakan pengembangan pariwisata.

Pengembangan pariwisata memiliki tujuan dimana tidak hanya untuk meningkatkan penerimaan devisa negara, tetapi lebih jauh lagi diharapkan pariwisata dapat berperan sebagai agen pembangunan (Rudi Setiawan 2022). Dalam pembangunan pariwisata perlu memperhatikan 4 upaya berikut, yaitu upaya memenuhi kebutuhan manusia, peningkatan mutu kehidupan, peningkatan sumber daya manusia dan alam, serta upaya untuk mempertemukan kebutuhan manusia antar generasi wilayah. Berdasarkan yang dikatakan Zunan Setiawan dkk didalam bukunya perencanaan dan pengembangan pariwisata (2023, h.18) menyebutkan bahwa strategi pengembangan pariwisata adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada disuatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata.

Daya Tarik Wisata

Didalam UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Nyoman S. Pendit dalam I Ketut Muksin (2016) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Sementara itu Basiya & Rozak dalam Budi susianto tahun (2022) mengatakan bahwa daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Dari pengertian daya tarik wisata para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan suatu tempat wisata yang dimana memiliki ciri khas tertentu atau bersifat unique yang mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.

Pengembangan daya tarik wisata dapat dilakukan dengan memaksimalkan kawasan konservasi alam (khusus daya tarik wisata alam) merawat serta memperbaiki beberapa fasilitas-fasilitas pendukung yang mungkin sudah ada namun belum terkondisikan lebih lanjut atau

terbengkalai serta menambahkan/melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada dengan melakukan kerja sama bersama pihak pemerintah maupun swasta yang terkait.

Wisatawan

Dalam UU RI Nomor 10 Tahun 2009, disebutkan bahwa Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Lebih lanjut disampaikan di studocu.com, pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat tinggal tanpa menetap di tempat yang dikunjungi, atau yang hanya tinggal sementara di tempat yang dikunjungi. Sedaangkan dari wikipedia.org menyatakan seorang wisatawan adlah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidaka sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekresai, merupakan definisi oleh Organisasi Pariwisata Dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Desa Suranadi, yakni pada Taman Wisata Alam Suranadi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan Kriyantono menyatakan bahwa, "Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya." Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti. Metode kualitatif ini digunakan oleh peneliti karena beberapa hal yang menjadi pertimbangannya seperti, metode kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan jikalau berhadapan dengan kenyataan ganda. Di penelitian ini peneliti berusaha mencari tahu serta mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang terdapat di TWA Suranadi sehingga peneliti mampu menyusun strategi pengembangan wisata dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan.

Adapun Teknik yang akan peneliti gunakan saat pengambilan data ialah teknik Purposive Sampling yang artinya adalah pengambilan sample dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sample yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti bersumber dari data primer dan sekunder. Pertama sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berasal dari observasi dan juga wawancara, dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari beberapa orang yang menjadi pengelola di kawasan hutan konservasi Suranadi, pedagang-pedagang yang ada disana serta wisatawan yang berkunjung ke Suranadi. Dan data kedua yaitu data sekunder yang dimana data ini diartikan sebagai data yang diperoleh secara tidak langsung seperti pada situs internet serta jurnal yang memiliki kesetaraan dengan fokus penelitian yang diangkat oleh peneliti.

Setelah data didapat, selanjutnya peneliti menganalisis data tersebut. Adapun teknik analisis data yang peneliti gunakan berawal dari Data collecting yaitu proses pengumpulan data, data editing yaitu proses pembersihan data, artinya memeriksa kembali jawaban apakah cara menjawabnya sudah benar. Data Reducting yaitu data yang disederhanakan, diperkecil, dirapikan, diatur dan dibuang yang salah. Data display, yaitu penyajian data dalam bentuk deskriptif verbalitas. Data verifikasi, yaitu pemeriksaan kembali dari pengulangan data. Data konklusi, yaitu perumusan kesimpulan hasil penelitian yang disajikan, baik perumusan secara umum ataupun khusus.

Selanjutnya untuk menyusun strategi pengembangan daya tarik wisata, peneliti menggunakan Analisis SWOT yang mampu memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities)' namun disisi lain secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan

(weaknesses) dan ancaman (threats). adapun alat yang peneliti gunakan untuk menyusun faktor internal dan eksternal ialah matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Analisis SWOT

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan data mengenai poin-poin dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman di Taman Wisata Alam Suranadi sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan
1. Hutan Konsevasi yang luas	1. Kurangnya spot foto dan wahana lainnya.
2. Kawasan yang strategis	
3. Kondisi yang aman serta udara yang sejuk	3. Kurangnya perawatan terhadap fasilitas yang ada.
4. Sumber air yang melimpah	4. Kurangnya Promosi melalui media sosial
5. Fasilitas lengkap	5. Kebersihan kurang
Peluang	Ancaman
1. Dapat dibuatkan paket tour/wisata	1. Adanya persaingan objek wisata
2. Adanya dukungan dari pemerintah	2. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberadaan objek wisata
3. Dapat dijadikan sebagai tempat edukasi mengenai Hutan beserta isinya	3. Kurangnya produk umkm khas Desa Suranadi seperti souvenir

Kekuatan

Berdasarkan tabel analisis SWOT, diperoleh 5 kekuatan yang dimiliki oleh TWA Suranadi. Berikut penjelasan kelima kekuatan tersebut.

1. Hutan Konsevasi yang luas

Diantara desa-desa yang berada di kecamatan narmada, Hutan konservasi Suranadi merupakan salah satu yang paling luas diantara yang lainnya. Keindahan alamnya mampu membuat wisatawan yang berkunjung kesana betah untuk terus menelusuri hutannya.

2. Kawasan strategis

Seperti yang kita ketahui bahwa Desa Suranadi bukanlah suatu desa yang ada dipelosok wilayah, akan tetapi tempatnya masih bisa dijangkau dengan mudah, strategis karna berada didekat jalan raya. Seperti halnya dengan Taman Wisata Alam Suranadi ini yang berada dekat dengan kantor desa, bahkan sudah tertera pada googlemaps yang bisa memudahkan wisatawan untuk mencari lokasinya.

3. Kondisi yang aman serta udara yang sejuk

Taman Wisata Alam Suranadi merupakan sebuah Hutan yang ditumbuhi oleh berbagai macam pepohonan yang memiliki umur hingga puluhan tahun lamanya, sehingga tidak heran apabila udara yang didapatkan di daerah tersebut sedikit dingin. Selain itu terdapat banyak kawasan kera abu-abu yang berkeliaran bebas disekitar daerah tersebut, akan tetapi sudah dipastikan sangat aman, terlebih dari pengunjung sendiri tidak melakukan kejahatan terhadap satwa tersebut.

4. Sumber air melimpah

Desa suranadi menjadi salah satu desa dengan jumlah mata air terbanyak, dipastikan terdapat ratusan mata air yang ada di kawasan Hutan tersebut, sehingga tidak akan mengalami kekurangan air saat berada di kawasan Hutan

5. Fasilitas lengkap

Fasilitas yang ada di TWA Suranadi sudah terbilang sangat lengkap mulai dari gazebo, toilet area camping, area parkir, mushola, serta lapak dagang yang banyak disekitar kawasan hutan. Kelemahan

Sesuai dengan identifikasi SWOT diatas dapat diuraikan beberapa kelemahan yang ada di TWA Suranadi, antara lain:

1. Kurang spot foto dan wahana lainnya

Selain dari alamnya, masih kurang adanya tempat-tempat untuk mengambil sebuah foto di destinasi tersebut, mungkin hal yang dapat ditambahkan disana seperti patung, ayunan atau rumah pohon dan lain sebagainya.

2. Kurangnya perawatan terhadap fasilitas yang ada

Beberapa fasilitas yang mungkin tidak terawat/tidak ada penanggulangan setelah fasilitas tersebut rusak, sehingga menjadi salah satu fasilitas yang terbengkalai. Hal ini dapat menjadi salah satu penyebab kurangnya aesthetic destinasi tersebut.

3. Kurangnya promosi melalui media sosial

Dalam hasil wawancara bersama salah satu pengelola TWA Suranadi, Bapak Solihin mengatakan bahwa Taman Wisata Alam Suranadi tidak ada memiliki satupun media sosial, sehingga promosi yang dilakukan hanya melalui mulut ke-mulut saja.

4. Kebersihan kurang

Dilihat dari jalan menuju area perkemahannya masih banyak terlihat sampah-sampah yang sampai saat ini belum ada penanggulangan. Dari wisatawan yang berkunjung seharusnya sudah diberikan peringatan lebih akan sampah yang mereka bawa masuk kedalam kawasan Hutan Konservasi.

Peluang

Dari hasil analisis SWOT tersebut mengenai peluang terdapat 3 poin yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dapat dibuatkan paket tour/wisata

Sebagai salah satu wisata alam, banyak wisatawan domestik maupun mancanega yang tertarik terhadap alam. Sebagai bahan pertimbangan untuk destinasinya lebih dikenal oleh kalangan luas lagi, akan sangat bagus apabila ada bekerja sama dengan pihak-pihak dari Travel agent, agar sekiranya mampu membawa seorang tamu untuk masuk kedalam kawasan Hutan Konservasi tersebut.

2. Adanya dukungan dari pemerintah

Pemerintah yang dimaksud disini ialah pemerintah yang sekaligus sebagai pengelola dalam kawasan Hutan Konservasi yakni Badan Konservasi Sumber Daya Alam NTB. Sampai saat ini tetap terus memperhatikan Kawasan dari berbagai aspek wilayah bahkan sampai dengan pendanaan.

3. Dapat dijadikan sebagai tempat edukasi

Taman Wisata Alam Suranadi sudah ada beberapa kali dijadikan tempat sebagai edukasi oleh beberapa pihak. salah satunya ialah kepada anak-anak sekolah dasar yang diajak berkeliling kawasan hutan sambil mendengarkan penjelasan mengenai hutan dan aspek-aspek yang melingkupinya.

Ancaman

Berikut terdapat 3 poin mengenai ancaman yang ada di TWA Suranadi antara lain:

1. Adanya persaingan objek wisata

Tidak dapat dipungkiri bahwa Kecamatan Narmada memiliki banyak sekali tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Adapun di Desa Suranadi juga memiliki beberapa kawasan destinasi yang hal tersebut mampu menjadi pesaing bagi TWA

Suranadi itu sendiri seperti wisata Aiq Nyet, Gunung Jae, dan lain sebagainya.

2. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberadaan objek wisata

Masyarakat disekitar kawasan suranadi masih banyak sekali yang sering mengambil ranting kayu di Kawasan Hutan yang mampu merusak ekosistem lingkungan, hal ini disampaikan oleh pengelola Taman Wisata Alam Suranadi yang dimana beliau melihat langsung kejadiannya. Untuk itu sangat diperlukan adanya arahan serta binaan kepada masyarakat sekitar.

3. Kurangnya produk UMKM Khas desa seperti souvenir.

Selain dari terkenal akan kuliner sate bulayak dan juga dodol khas suranadi, masih banyak kurangnya produk UMKM dari desa, yang semestinya dibuat sebagai salah satu bahan oleh-oleh saat berada di kawasan Suranadi, seperti halnya souvenir dalam bentuk mainan kunci khas dari suranadi, atau kerajinan lainnya yang memang terbuat dari tangan msyarakat itu sendiri

Pembahasan

Tabel 2. Analisis Strategi Matrik SWOT

Internal <

2. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberadaan objek wisata
3. Kurangnya produk UMKM khas Desa seperti souvenir

2. Bekerja sama dengan masyarakat untuk pembuatan souvenir

Berdasarkan dari tabel matrik diatas, sesuai dengan analisis SWOT yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat menjadi upaya untuk peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Beberapa strategi tersebut peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Strategi *Strenght – Opportunity* (SO)

a) Bekerja sama dengan Travel agent

Travel agent ialah sebuah agent yang dimana memiliki sebuah paket-paket wisata. Biasanya Para agent memiliki banyak jaringan terhadap seseorang maupun instansi. Jadi diperlukan adanya sebuah jalinan kerja sama yang dimana nantinya bisa mendatangkan seorang wisatawan ke destinasi tersebut. Terlebih lagi di beberapa titik kawasan dekat Desa Suranadi juga ada beberapa destinasi lainnya, tentunya hal tersebut menguntungkan bagi para agent maupun pengelola.

b) Mengadakan event tahunan mengenai pembelajaran alam dengan target anak-anak.

Anak-anak biasanya akan menyerap lebih banyak dan lebih cepat sebuah ilmu dibandingkan dengan orang dewasa. Dengan adanya Taman Wisata Alam suranadi ini tentunya membuka peluang juga bagi anak-anak untuk lebih mengenal tentang alam. Mengadakan event tahunan belajar sambil bermain di kawasan Hutan Konservasi menjadi salah satu strategi untuk dapat menambahkan wawasan bagi setiap anak. Tentunya hal tersebut akan berimbas juga pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di destinasi tersebut.

2. Strategi *Weakness-Opportunity* (WO)

a) Menambah fasilitas berupa jembatan gantung dan rumah belajar.

Mengenai fasilitas yang ada tentunya sudah sangat cukup, akan tetapi dilihat dari kurangnya atraksi yang dapat dilakukan di TWA Suranadi itu sendiri tentunya harus ada penambahan fasilitas yang sekaligus menjadi fasilitas pendukung agar wisatawan yang datang bisa melakukan sesuatu yang tidak didapat di tempat lain. Seperti halnya membuat jembatan gantung agar dapat menikmati alam dengan *Vibes* yang berbeda dan dengan tidak merusak ekosistem alam tentunya. Selain itu, dapat juga menambahkan rumah belajar yang dapat dijadikan tempat belajar apabila ingin mengetahui potensi flora dan fauna lebih dalam lagi serta menyediakan buku mengenai sejarah tentang terbentuknya Destinasi Taman Wisata Alam. Hal ini bisa juga dikuasai oleh pengelola yang ada di Wisata Alam tersebut untuk *Story Telling* ke wisatawan yang apabila berkunjung ke Taman Wisata Alam Suranadi.

b) Imbauan menjaga kebersihan kawasan hutan

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Solihin selaku pengelola Taman Wisata Alam Suranadi, menjelaskan bagaimana wisatawan yang berkunjung masih banyak yang membuang sampah sembarangan, bahkan tanpa memikirkan dampak selanjutnya mengenai kawasan hutan tersebut. Untuk itu diperlukan imbauan lebih tegas lagi dalam Kawasan konservasi tersebut agar siapaun yang masuk ke area TWA Suranadi mampu menjaga kebersihan serta kenyamanan yang

ada. Sehingga bisa saling menguntungkan baik dengan pengelola maupun dengan wisatawan lainnya.

c) Membuat Media Sosial

Upaya strategi selanjutnya yang perlu dilakukan yaitu membuat sosial media. Seperti yang diketahui bahwa Taman Wisata Alam Suranadi tidak ada memiliki sosial media apapun, padahal di era modern seperti ini, sosial media sangatlah penting untuk segala kebutuhan manusia. Promosi melalui media digital sangat lebih efektif dibandingkan hanya promosi melalui mulut ke mulut saja. Seperti membuat sosial media instagram, facebook, dan sebagainya. Dengan adanya sosial media tersebut pengelola Taman Wisata Alam Suranadi dapat memposting kegiatan apapun dan kapanpun yang dilakukan di kawasan Hutan konservasi sehingga kegiatan yang dilakukan dapat dilihat oleh orang lain melalui media sosial tersebut.

3. Strategi *Strenght-Threat* (ST)

a) Penguatan interaksi kepada wisatawan.

Salah satu strategi yang dapat dibangun juga ialah dengan melakukan penguatan interaksi kepada wisatawan. Melalui hubungan yang baik dengan wisatawan akan meningkatkan pengalaman wisatawan selama berkunjung. Melalui pelayanan yang ramah, hangat, serta responsif dapat memberikan wisatawan pengalaman yang positif. Interaksi yang positif dan berkesan dapat membuat wisatawan merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga mereka lebih termotivasi untuk datang kembali mengunjungi TWA Suranadi.

4. Strategi *Weakness-Threat* (WT)

a) Pengadaan tempat sampah yang tersebar.

Pengadaan tempat sampah bukan semata-mata sebagai sebuah pajangan saja didalam kawasan hutan, akan tetapi dikarenakan tempatnya yang cukup luas, diperlukan adanya penambahan tempat sampah di beberapa titik yang sering dilewati oleh para wisatawan, agar tidak ada celah bagi mereka untuk membuang sampah sembarangan. Edukasi dan penyampaian informasi mengenai tindakan yang dapat dilakukan oleh wisatawan untuk menjaga kebersihan kawasan Hutan, seperti membuang sampah pada tempatnya dan menghindari penggunaan plastik sekali pakai, dapat menjadi bagian dari strategi yang dilakukan.

b) Bekerja sama dengan masyarakat untuk pembuatan souvenir.

Souvenir merupakan salah satu buah tangan/oleh-oleh yang sering kali dibeli oleh wisatawan yang dapat dibawa pulang sebagai kenang-kenangan mereka saat masih berada di sebuah destinasi. Sementara di Suranadi sendiri selain kuliner, belum ada souvenir yang sekiranya dapat dibawa pulang. Untuk itu bekerja sama dengan masyarakat dalam pembuatan Souvenir mampu menjadikan hal tersebut nilai plus bagi pengelola disamping dapat menjual alamnya, juga dapat menjual kerajinan khas Desa Suranadi, sehingga impact dari hal tersebut juga kembali ke mereka masing-masing. Adapun salah satu contoh souvenir yang dapat dibuat seperti gantungan kunci, brosur, kaos, dan lain sebagainya

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang ada diatas, dapat disimpulkan bahwa suranadi memiliki banyak potensi mulai beragamnya flora dan faunanya, bahkan sampai potensi alamnya yang sangat luar biasa. Dari Hasil SWOT yang telah dijabarkan diatas dapat dikatakan bahwa ada beberapa strategi-strategi pengembangan yang dapat dilakukan agar dapat menambah jumlah kunjungan wisatawan diantaranya ialah bekerjasama dengan agent travel, mengadakan event tahunan mengenai pembelajaran alam dengan menargetkan anak usia sekolah, membangun fasilitas umum

seperti jembatan gantung dan rumah belajar, melakukan penguatan interaksi dengan wisatawan, pengadaan tempat sampah yang tersebar, serta bekerjasama dengan masyarakat untuk pembuatan souvenir yang tentunya juga akan berdampak pada peningkatan pendapatan mereka.

Saran

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebaiknya dalam mengembangkan Taman Wisata Alam Suranadi yang pertama kali harus diperhatikan adalah mengadakan variasi pada atraksi-atraksi yang telah menjadi daya tarik wisatawan sehingga pengunjung memiliki keinginan untuk kembali lagi, dan agar tetap merawat setiap fasilitas maupun alam yang ada di kawasan Hutan konservasi agar tidak mudah rusak dan tetap terjaga kealamiannya.

Selain itu untuk pengelola taman Wisata Alam Suranadi juga agar merencanakan strategi jangka panjang, menengah, dan pendek untuk keberlangsungan kehidupan ekosistemnya baik flora maupun fauna yang ada di Taman Wisata Alam Suranadi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arief, A. (1994). Hutan: Hakikat dan pengaruhnya terhadap lingkungan. Penerbit yayasan obor indonesia jakarta
- [2] Bagus, G. (2015). Pengantar Industri Pariwisata Dan Hospitalitas. Deepublish Yogyakarta CV. BUDI UTAMA
- [3] Balai KSDA Nusa Tenggara Barat. 2017. Rencana Pengelolaan Jangka Panjang Taman Wisata Alam Suranadi. Periode 2017-2026. Mataram
- [4] Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159-175.
- [5] Darmatasia, F., Irawan, B., & Apriani, F. (2020). Upaya Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Di Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. *EJournal Administrasi Publik*, 8(1), 8707-8718.
- [6] Hidayah, N. (2019). Pemasaran destinasi pariwisata Bandung: Alfabet.
- [7] Klau, W. W., Fanggidae, A. H., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Studi Pada Objek Wisata Fulan Fehan. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(2), 53-61.
- [8] Mersyana, K., & Hadilinatih, B. (2023). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Candi Prambanan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Enersia Publika: Energi, Sosial, dan Administrasi Publik*, 7(1), 85-104.
- [9] Muhammad, N. D. (2020). Strategi pengembangan pariwisata dalam upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- [10] Muksin, I.K (2016). Daya Tarik Wisata. Diakses pada <https://id.scribd.com/document/553599478/Daya-Tarik-Wisata>.
- [11] Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis potensi wisata kampung sayur organik Ngemplak Sutan Mojosoongo berdasarkan komponen pariwisata 6A. *Cakra Wisata*, 19(2).
- [12] Oktaviani, A. B., & Yuliani, E. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 3(1), 1-17.
- [13] Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2013 tentang kepariwisataan

- [14]Permadi, L. A., Retnowati, W., Akhyar, M., & Oktaryani, G. S. (2021). Identifikasi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancilliary Twagunung Tunak Desa Mertak Kecamatan Pujut Lombok Tengah. Prosiding SAINTEK, 3, 12-20.
- [15]Rahadi, D., Sjah, T., & Tanaya, I. P. (2015). ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN TAMAN WISATA ALAM SURANADI KABUPATEN LOMBOK BARAT PROPINSI NUSA TENGGARA. Ekosains, 7(02).
- [16]Ramdhani,A. M., & Andriana, A. N. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis SWOT. Management Studies and Enterpreneurship Journal (MSEJ), 4(5), 6674-6687.
- [17]Riadi, M. (2019). Pariwisata (Pengertian, Unsur, Bentuk dan Wisata). KajianPustaka.com.
- [18]Rumengan, S. K., Wartaman, A. S., & Luru, M. N. (2022). IDENTIFIKASI FAKTOR PENAWARAN WISATA DI DESA KETE KESU'DAN PALAWA', TORAJA UTARA, SULAWESI SELATAN. Jurnal Bhuwana, 125-135.
- [19]Setiawan, R. (2022). PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA LOKAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT SETEMPAT. Indonesian Journal Of Education and Humanity, 2(1), 79-85.
- [20]Setiawan, Z. & Yendri, O. (2023) Buku Ajar Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT Sonpedia publishing Indonesia.
- [21]Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata kabupaten kerinci. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(6), 592-605.
- [22]Tangian, D & Wowiling, R. (2020) Pengantar Pariwisata. Manado
- [23]Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 2010 Tentang Kepariwisataan
- [24]Utari, D. R. (2017). Pengembangan atraksi wisata berdasarkan penilaian dan preferensi wisatawan di kawasan mangrove Karangsong, Kabupaten Indramayu. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 14(2), 83-99.
- [25]Wahid, A. (2015). Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA).