

## STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA LANTAN KECAMATAN BATUKILANG KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Suriatun<sup>1</sup>, Murianto<sup>2</sup> & I Made Dayuh Hary Kosala<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata

E-mail: <sup>1</sup>[atun29673@gmail.com](mailto:atun29673@gmail.com), <sup>2</sup>[murianto@gmail.com](mailto:murianto@gmail.com) & <sup>3</sup>[madedayuh0@gmail.com](mailto:madedayuh0@gmail.com)

---

### **Article History:**

Received: 03-08-2025

Revised: 04-09-2025

Accepted: 07-09-2025

### **Keywords:**

*Strategy, Development,  
Tourism village.*

**Abstract:** This research aims: 1) To analyze the development strategy for the Lantan tourist village, Central Lombok Regency, 2) To find out what tourism potential exists in Lantan village. The type of research used is qualitative descriptive research, using data collection techniques, namely interviews, observation and documentation. The research results concluded that the Lantan Tourism Village, Central Lombok Regency has great potential, both natural and cultural potential, plus support from external factors which provide a very high opportunity to develop into a sustainable tourist village. There are several alternative strategies that can be applied in its development, namely related to destination aspects, industrial aspects, marketing aspects and institutional aspects. Recommended development strategies include: a) strategy for creating a brand image of the Lantan village tourism destination & creating accessibility to the tourist attraction, b) strategy for creating the environment around the tourist attraction & developing a variety of rural tourism products based on unique local potential, c) strategy for increasing product certification tourism industry & marketing activities for rural tourism products, d) strategy to strengthen the entrepreneurial spirit of village communities in the tourism sector & increase human resource competency in the tourism sector.

---

## **PENDAHULUAN**

Desa Lantan merupakan sebuah desa yang termasuk kedalam salah satu wilayah yang berada di kecamatan Batukilang Utara Kabupaten Lombok tengah. Dimana pada tahun 2017 desa ini resmi menjadi desa wisata dengan mengandalkan potensi wisata alam sebagai daya tariknya. Selain itu, desa ini juga termasuk kedalam salah satu dari 99 desa wisata yang ada di NTB. Berdasarkan SK Guberbur NTB Tahun 2019, di Lombok tengah ada 16 desa yang menjadi desa wisata diantaranya Sukarara, Marong, Mertak, Kuta, Labulia, Bonjeruk, Sepakek, Selong Belanak, Mekarsari, Karang Sidemen, Rembitan, Aik Berik, Tanak Beak, Penujak, Sengkol, dan Desa Lantan. Desa-desa tersebut memiliki potensi wisata yang berbeda-beda baik dari potensi alam, budaya dan sebagainya.

Desa Lantan mengandalkan potensi wisata alam sebagai daya tariknya. Selain itu, juga

didukung oleh kondisi yang masih sangat alami dan asri menjadi daya tarik sendiri. sehingga desa ini kerap menjadi daerah tujuan wisata oleh wisatawan, terutama bagi wisatawan lokal. Obyek wisata utama yang bisa dikunjungi di desa ini diantaranya Air Terjun Babak Pelangi, Air Terjun Elong Tuna, dan Camping Ground Semberan. Selain tiga obyek wisata tersebut, ada lokasi wisata yang bisa dikunjungi yaitu air terjun titian batu kawangan. Namun, wisatawan akan sulit menjangkau lokasi tersebut. Selain jauh dari desa, jalan menuju lokasi yang kurang mendukung.

Desa Wisata Lantan sendiri merupakan salah satu desa penggerak, dalam pengelolaan potensi wisata. Beberapa Destinasi wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Lantan yaitu Air Terjun, Panorama Alam Pertanian, Perkebunan, Sungai, Goa, dan Attraksi Budaya. Salah satu objek wisata yang menajdi ikon wisata di Desa Wisata Lantan adalah Air Terjun yang diberi nama Air Terjun Sembilan. Air terjun yang ada di Desa Lantan ini memiliki 9 tingkatan air terjun dalam satu lokasi. Dari sisi potensi yang ada, baik alam, budaya maupun aktivitasnya, Desa Lantan dapat dikembangkan sebagai desa wisata berbasis budaya dan alam. Potensi ini sudah bisa dikemas sebagai destinasi wisata. Paket wisata Desa Lantan sudah termasuk soft hiking, camping ground, Waterfalls (air terjun) dan Agro Tourism (wisata pertanian).

Desa wisata Lantan dikelola oleh pemerintah desa dan para pemuda (pokdarwis). Pokdarwis yang ada di desa wisata Lantan di beri nama pokdarwis 99.

Dalam pengelolaan desa wisata, pemerintah dan pokdarwis saling bahu membahu untuk memperkenal desa wisata Lantan terhadap masyarakat luas khususnya wisatawan. Pada saat ini, desa wisata Lantan masih berada dalam tahap pengembangan. Pada dasarnya pengembangan industri pariwisata suatu daerah berkaitan erat dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut. Dampak positif dapat dirasakan oleh masyarakat secara langsung adalah adanya terbukanya lapangan pekerjaan apabila desa wisata di daerah tersebut berkembang dengan baik. Misalnya dengan dibangunnya sarana prasarana di daerah tersebut maka tenaga kerja akan banyak tersedot dalam proyek-proyek seperti pembangkit tenaga listrik, jembatan, perhotelan dan lain sebagainya.

Permasalahan dalam strategi pengembangan desa wisata Lantan di Kabupaten Lombok Tengah adalah beberapa kendala yang masih menghambat perkembangan desa wisata seperti kurangnya sumber daya manusia yang mumpuni dalam mempromosikan desa wisatanya, kurangnya dana dalam melakukan pengembangan desa wisata, serta kurangnya pemahaman masyarakat desa terkait dampak pariwisata terhadap perekonomian desa, sehingga sampai saat ini masyarakat di desa Lantan yang sehari-hari bertani juga harus menjual dan menghasilkan produk jasa wisata yang berbeda. Berdasarkan uraian di atas yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi pengembangan desa wisata Lantan?
2. Potensi wisata apa saja yang ada di Desa Wisata Lantan ?

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan desa wisata Lantan.
2. Untuk menganalisis Potensi wisata apa saja yang ada di desa wisata Lantan.

## LANDASAN TEORI

### Pengembangan Desa Wisata

Terkait dengan adanya pengembangan desa wisata, Pearce (1995) mengartikan pengembangan desa wisata sebagai suatu proses yang menekankan cara untuk mengembangkan desa wisata. Secara lebih spesifik, pengembangan desa wisata dapat diartikan sebagai usaha-usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan (baik

domestik maupun mancanegara). Pengembangan Desa

Wisata memiliki tujuan dalam menjadikan desa sebagai sebuah destinasi pariwisata dengan cara memadukan daya tarik wisata alam dan budaya, layanan fasilitas umum pariwisata, serta aksesibilitas yang memadai dengan tata cara dan tradisi kehidupan masyarakat desa. Daya tarik desa wisata pasti akan menarik wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Hal tersebut harus beriringan dengan upaya pengembangan desa wisata sebagai langkah agar desa wisata semakin digemari.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (2021), terdapat 4 tahapan dalam pengembangan desa wisata

:

- 1) Tahap rintisan : Pada tahap ini, desa memiliki potensi yang besar namun belum ada kunjungan wisatawan. Selain itu, sarana dan prasarana masih sangat terbatas serta tingkat kesadaran masyarakat belum tumbuh. Desa wisata ini perlu “dikembangkan” dari awal.
- 2) Tahap berkembang Pada tahap ini, potensi desa mulai dilihat oleh wisatawan dan destinasi bias dikembangkan lebih jauh. Beberapa desa wisata di Indonesia biasanya sudah dikunjungi wisatawan tetapi belum dikelola dengan baik karena belum ada kesadaran kelompok.
- 3) Tahap maju Pada tahap ini masyarakatnya sudah mulai sadar wisata, dana desa dipakai untuk mengembangkan potensi pariwisata, memiliki kelompok pengelola, dan wilayahnya sudah dikunjungi banyak wisatawan.
- 4) Tahap mandiri Pada tahap ini desa wisata memiliki inovasi pariwisata dari masyarakat, destinasi wisata diakui dunia, sarana dan prasarana memiliki standar, serta pengelolaannya bersifat kolaboratif pentahelix (kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, dan media).

### **Strategi Pengembangan Pariwisata**

#### A. Definisi Strategi Pengembangan

##### Pariwisata

Secara umum, strategi dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi untuk sampai pada tujuan yang diinginkan. Dengan demikian strategi dapat diartikan sebagai unsur susunan, pendekatan atau kaidakiadah untuk mencapai sutau tujuan dengan menggunakan tenaga, waktu serta kemudahan secara optimal.<sup>18</sup> Sementara itu, mengenai definisi pengembangan pariwisata Menurut Pearce pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai usaha untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat.

#### B. Indikator atau Komponen Pengaruh Pengembangan Pariwisata

- 1) Attraction (Atraksi). Segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata, atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan.
- 2) Accessibilities (Akses). Akses mencangkup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, dan lainnya.
- 3) Amenities (pasilitas pendukung). Amenities adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenities meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi.
- 4) Accommodation (penginapan). Akomodasi dapat diartikan sebagai penginapan. Akomodasi di desa wisata biasanya terdiri sebagian tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk atau biasa dikenal dengan homestay.
- 5) Ancillary. Adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok

atau pengelola destinasi wisata untuk penyelenggarakan kegiatan wisata.

### Kajian Konsep Desa Wisata

Menurut Nuryanti (Dalam Yuliati & Suwandono, 2016) desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah bentuk industry pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari desa wisata tersebut atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk pariwisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata.

Menurut I. Pitana (dalam N.Nurhajati 2017 ), pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan merambah dan mengikutsertakan masyarakat, sehingga dapat memberikan berbagai pengaruh kepada masyarakat setempat, baik berupa pengaruh positif maupun negatif. Pemanfaatan sumber daya baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam di sekitar desa wisata yang diorganisir secara maksimal, akan memberikan dampak terhadap masyarakat sekitar. Hasil yang diperoleh dari kegiatan desa wisata akan dikembalikan kepada masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain untuk meningkatkan kesejahteraan, konsep desa wisata akan menjadikan suatu desa menjaga kelestarian alam dan lingkungan, budaya, serta tradisi desa tersebut.

A. Karakteristik Objek Wisata Beberapa karakteristik yang harus dimiliki objek wisata, diantaranya :

1. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai "something to see". Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain. Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "something to do". Artinya di tetapkan tersebut selain banyak yang disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau amusement yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
2. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "something to buy". Artinya di tetapkan tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh dibawa pulang.

B. Tujuan Pengembangan Desa Wisata

Adapun beberapa tujuan pengembangan Desa Wisata yaitu;

1. Mengenali jenis wisata yang sesuai dan melengkapi gaya hidup disukai penduduk setempat.
2. Memberdayakan masyarakat setempat agar bertanggungjawab terhadap perencanaan dan pengelolaan lingkungannya.
3. Disebut mengupayakan agar masyarakat setempat dapat berperan aktif dalam pembuatan keputusan tentang bentuk pariwisata yang memamfaatkan kawasan lingkungannya dan agar mereka mendapat jaminan memperoleh bagian pendapatan yang pantas dari kegiatan pariwisata.
4. Mendorong kewirausahaan masyarakat setempat.
5. Mengembangkan produk wisata desa, sasaran yang akan dicapai dengan adanya pengembangan desa wisata.

C. Manfaat Pengembangan Desa wisata Meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial budaya wisata lantau sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya adat istiadat desa Lantau, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata.

### **Community Based Tourism (CBT)**

Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat local untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pari wisata, masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, menuntut

pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada communitas yang kurang beruntung di pedesaan. (Garrod 2001:4). Selain yang dikemukakan oleh Garrod, dalam pandangan Hausler CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwista yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.

Hausler menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, social dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan, atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Ciri-ciri khusus dari Community Based Tourism menurut Hudson (Timothy, 1999:373) adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta lain kelompok memiliki ketertarikan/minat, yang memberi kontrol lebih besar dalam proses social untuk mewujudkan kesejahteraan.

Sedangkan Murphy (1985:153) menekankan strategi yang terfokus pada identifikasi tujuan masyarakat tuan rumah dan keinginan serta kemampuan mereka menyerap manfaat pariwisata. Menurut Murphy setiap masyarakat harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pariwisata untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat lokal. Untuk itu dibutuhkan perencanaan sedemikian rupa sehingga aspek sosial dan lingkungan masuk dalam perencanaan dan industri pariwisata memperhatikan wisatawan dan juga masyarakat setempat.

Wujud dari konsep community based tourism adalah dikembangkannya desadesa wisata, dimana dalam desa wisata, masyarakat desa yang berada di wilayah pariwisata mengembangkan potensinya baik potensi sumber daya alam, budaya, dan juga potensi sumber daya manusianya (masyarakat setempat). Keberadaan desa wisata di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang pesat. Hanya dalam kurun waktu tiga tahun, jumlah kunjungan ke desa wisata bertambah lima kali lipat. Mengacu data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, saat ini di Indonesia terdapat 987 desa wisata. Jumlahnya semakin meningkat sejak pertama diselenggarakannya desa wisata pada tahun 2009.

### **METODE PENELITIAN**

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan yang di gunakan yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan sebagaimana adanya. Yang dimana nanatinya akan berhubungan dengan penelitian “Strategi Pengembangan Desa Wisata Lantan”.

### Lokasi Penelitian

Loaksi penelitian ini di lakukan di Desa Wisata Lantan, Kecamatan Batukilang, Kabupaten Lombok Tengah. Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena aksesnya mudah di capai sehingga penelitian penulis dapat di lakukan dengan lancar. Di lihat dari demografi penduduknya objek penelitian di lokasi ini, distribusinya cukup merata serta sesuai dengan objek penelitian yang penulis ambil dan lokasi. Adapun alasan lainnya yaitu untuk mengetahui lebih mendalam tentang strategi pengembangan apakah sudah dapat memberikan standar maksimal atau belum untuk mengembangkan desa wistanya.

### Penentuan Informan

Pengumpulan data survei dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam dengan informan sebagai sumber datanya. Dalam penelitian ini yang menjadi informannya adalah Pokarwis Wisata Lantan, masyarakat Desa Wisata Lantan. Dalam mengkaji masalah tentang Strategi Pengembangan Desa Wisata Lantan Kecamatan Batu Kilang Kabupaten Lombok Tengah, maka yang penulis butuhkan hanya 2 informan yaitu: Pokdarwis dan Masyarakat Desa Wisata Lantan

### Jenis Dan Sumber Data

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian kualitatif yang tentunya akan menjawab sebuah permasalahan secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang berangkutan. Landasan teori yang digunakan tentunya dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian yang telah direncanakan dan diuraikan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Oleh sebab itu peneliti harus terjun langsung ke lapangan guna mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam.

Sumber data dalam penelitian ini dijaring dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan tujuan penelitian.

1. Data Primer : Sumber data primer adalah sumber data utama yang digunakan untuk mendapatkan berbagai data serta oinformati yang akurat dengan focus yang sedang dikaji. Hal ini dilakukan dengan metode wawancara dan juga observasi langsung ke lapangan.
2. Data Sekunder : Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung yang diperlukan untuk melengkapi data primer yang sudah dikumpulkan. Hal ini sebagai upaya penyusunan dengan kebutuhan data lapangan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dalam bentuk foto dan dokumen. **Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki peran penting terhadap pengumpulan data yang akan di lakukan dengan mengacu pada struktur yang sudah peneliti susun agar mendapatkan data yang akurat. Dimana data tersebut di peroleh dari hasil wawancara peneliti dengan Pengelola Desa Wisata Lantan

(Pokdarwis), dan Masyarakat setempat. Adapun instrument pendukung lainnya seperti Hp yang nantinya akan di gunakan untuk mengambil gambar dan rekaman suara, serta alat tulis.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah penting dalam penelitian yang dimana nantinya peneliti harus dapat mengumpulkan data yang akurat. Dalam hal ini, teknik pengumpulan data yang di gunakan peneliti adalah menggunakan teknik wawancara, obsevasi, dan dokumentasi dengan cara terjun langsung ke tempat yang akan di teliti.

1. Teknik Observasi dimana penulis melakukan pengamatan dan mencatat secara langsung terhadap apa yang sedang di kerjakan untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat dari Pengelola Desa wisata Lantan (Pokdarwis), maupun dari Masyarakat setempat. Yang dimana nantinya kegiatan observasi ini bertujuan untuk menggali data tentang strategi pemasaran yang di gunakan oleh pengelola Desa Wisata.

2. Teknik Wawancara Teknik wawancara yang akan penulis lakukan yaitu teknik wawancara mendalam yang dimana nantinya teknik wawancara ini akan memperoleh informasi sedetail mungkin mengenai strategi pemasaran seperti apa yang digunakan di Desa Wisata. Teknik wawancara mendalam ini membutuhkan panduan pertanyaan agar pada saat wawancara berlangsung topik yang di bahas tidak melenceng kemana – mana.
3. Teknik Dokumentasi Metode dokumentasi adalah teknik perolehan data yang dilakukan melalui Teknik dokumentasi yang dapat mendukung data primer. Pedoman dokumentasi adalah sarana pengumpulan data melalui dokumen untuk mengambil catatan atau dokumen di lokasi peneliti atau sumber lain yang berkaitan dengan subjek penelitian.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. SWOT merupakan cara sistematik untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan beserta ancaman dan peluang untuk engambarkan kecocokan paling baik di antara keempat faktor tersebut. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran, dasar dari strategi ini terdapat pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sugiyono:2014).

Melakukan analisis SWOT merupakan awal yang penting dalam merumuskan strategi karena analisis SWOT harus emperhatikan kekuatan dan kelemahan internal yang berbeda dari kekuatan dan kelemahan kompetitor, selain itu SWOT harus memperhatikan kesempatan dan ancaman eksternal kunci yang dihadapi perusahaan. Oleh sebab itu, analisis SWOT harus fokus pada pendaptaan keuntungan kompetitif dan keuntungan strategis Desa Wisata Lantan. Dalam melakukan aktivitas analisis data tentunya memiliki beberapa tahapan yang pertama yaitu data collection atau koleksi data, data reduction atau reduksi data, data display atau penyajian data dan yang terakhir adalah conclusion drawing atau penarikan kesimpulan.

#### **Pengecekan Keabsahan Data**

Dalam penelitian kualitatif yang peneliti lakukan saat ini adalah tentunya melakukan pengecekan keabsahan data dengan teknik triangulasi dimana pengecekan data tersebut dilakukan setelah data dikumpulkan. Dalam hal ini teknik yang digunakan adalah wawancara expert atau mewawancarai orang yang bergelut dibidang yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, untuk keperluan triangulasi maka dilakukan tiga cara yaitu :

1. Triangulasi sumber, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pada sumber lain keabsahan data yang diperoleh sebelumnya.
2. Triangulasi teknik yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari satu sumber dengan menggunakan bermacam-macam cara atau teknik tertentu untuk diuji keakuratan dan ketidakakurtannya.
3. Triangulasi waktu, yaitu triangulasi waktu yang berkenan dengan waktu pengambilan data yang berbeda agar data yang diperoleh lebih akurat dan kredibel dari setiap hasil wawancara yang telah dilakukan pada informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Potensi Wisata yang ada di Desa Lantan Kecamatan Batu Kilang

Kabupaten Lombok Tengah

### 1) Air Terjun

Desa Lantan memiliki 24 air terjun sebagai destinasi wisata yang menarik. Tetapi saat ini baru dua air terjun yang dikelola karena paling mudah dijangkau, yaitu Air Terjun Babak Pelangi dan Air Terjun Elong Tune. Air Terjun babak pelangi berlokasi di Dusun paling ujung di Desa Lantan yaitu Dusun Rerantik. Dinamakan air terjun babak pelangi karena pada air terjun ini biasanya tamu dapat melihat pelangi akibat dari pembiasan cahaya pada air terjun dan matahari. Air terjun ini langsung di kelola oleh pemuda Dusun Rerantik yang pengawasannya tetap dilakukan oleh Pokdarwis dan Desa. Tidaknya hanya air terjun, tamu juga dapat menikmati pemandian dua kolam untuk anak-anak dan Dewasa.



**Gambar 1. Air Terjun Babak Pelangi**

Sumber : Penelitian 2024

Air terjun elong tune terletak di Dusun Pemasir, Desa Lantan. Elong Tuna di ambil dari bahasa sasak yang artinya ekor ikan sidat. Hal ini dikarenakan pada tahun 1995 ada dua orang petani yang sedang menggarap sawahnya yang lokasinya berdekatan dengan air terjun, tiba tiba melihat ekor ikan sidat atau dalam bahasa sasaknya "Elong Tuna" berwarna putih dan memiliki ukuran yang sangat besar tidak seperti ekor ikan sidat pada umumnya. Air terjun Elong Tune memiliki ketinggian sekitar 20 m, memiliki tiga air terjun, dan jarak tempuh dari lokasi parkir sekitar 3 menit.



**Gambar 2. Air Terjun Elong Tune**

Sumber : Penelitian 2024 2) Agro Wisata (Agro Tourism)

Lokasi desa lantan yang langsung berbatasan dengan hutan gunung rinjani menjadi satu tidak dimiliki desa lainnya. Beberapa produk agrowisata yang dimiliki seperti kopi robusta, Pisang dengan berbagai jenis varietas, alfukat, jambu, papaya, coklat, dan buah-buahan lainnya. Masyarakat menanam di kebun masing-masing dan bisa diolah menjadi agrowisata yang berkerjasama dengan POKDARWIS SOLAH.

### 3) Hamparan Persawahan (Rice Terrace)

Sawah merupakan lahan yang produktif yang digunakan oleh petani untuk menanam padi dan tanaman pangan lainnya. 90% masyarakat Desa Lantan berkerja sebagai petani dan pekebun. Hal ini sangat mendukung pengembangan Desa Wisata di Desa Lantan untuk mengembangkan pemandangan Sawah sebagai salah satu objek wisata. Disamping itu juga, wisatawan mancanegara yang berkunjung juga sangat menyukai alam yang masih alami yang tentunya tidak mereka temukan di Negaranya. Terjadinya perbedaan musim dan kondisi geografi membuat banyak wisatawan sangat menyukai pemandangan alam ini.



**Gambar 3. Persawahan**

Sumber: Penelitian 2024

4) Jalur pendakian Gunung Rinjani yang menuju Segara Anak, camping ground, wisata kuliner khas, bertani dengan membuat kopi bubuk,

5) Musik Tradisional Gendang Beleq

Gendang Beleq adalah nama sebuah instrumen musik, yaitu gendang berukuran panjang lebih dari satu meter yang disandang pada pundak pemain Kata Beleq dalam bahasa Sasak berarti Besar. Tari Gendang Beleq merupakan tari perang walaupun tidak ada gerak yang menunjukkan perkelahian dan tidak ada pula yang membawa senjata perang, karena garapan geraknya selalu menunjukkan watak maskulin/ sikap jantan. Tari Gendang Beleq dahulu berfungsi sebagai tari pengiring para ksatria yang akan maju ke medan perang atau menyambut para pahlawan yang pulang dari medan perang. Musik Tradisional Gong.

#### **Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Lantan Di Kecamatan Batukilang**

Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Desa wisata

Lantan,Kabupaten Lombok Tengah Untuk mengembangkan Wisata di Desa Lantan, Kabupaten Lombok Tengah. Dalam pengembangan suatu objek wisata maka di perlukan suatu strategi yang dimana dapat digunakan untuk menunjang, memperbaiki, dan meningkatkan suatu kondisi kepariwisataan dan daya Tarik suatu pariwisata sehingga menjadi daya Tarik untuk para wisatawan berkunjung dan mempunyai tujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat maupun pengelola sekitaran Desa Wisata Lantan.

Berdasarkan hasil kajian kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal maka dengan analisis SWOT akan ditemukan strategi pengembangan wisata Desa Lantan, sebagaimana dijelaskan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Analisis SWOT Strategi Pengembangan  
Desa Wisata Lantan, Kabupaten Lombok Tengah**

<b>Faktor Internal</b>	
<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>
<p>1. Desa Wisata Lantan Memiliki music Gendang Beleq</p> <p>2. Tersedianya regulasi dari desa nomor 5 tahun 2014, tentang pengembangan desa wisata</p> <p>3. Memiliki potensi wisata, baik alam, budaya dan buatan, seperti (Air Terjun, sungai, goa, persawahan, Camping Ground)</p> <p>4. Promosi melalui website/blog oleh pelaku pariwisata setempat.</p> <p>5. Tersedianya beberapa paket wisata perdesaan dukungan dari lembaga desa, dan dinas.</p> <p>6. Tersedianya beberapa usaha transportasi wisata</p> <p>7. Minat masyarakat untuk berpartisipasi sangat tinggi</p> <p>8. Terbentuknya Desa Lantan</p>	<p>1. Sebagian akses jalan kurang layak</p> <p>2. Rendahnya sumberdaya</p> <p>3. yang dimiliki, baik sumberdaya finansial maupun sumberdaya manusia</p> <p>3.Kondisi lingkungan kurang tertata</p> <p>4. Lemahnya kerjasama dan networking antara pelaku pariwisata</p> <p>5. Promosi belum optimal.</p> <p>6. Modal investasi di bidang akomodasi didominasi oleh investor asing.</p> <p>7. Keterbatasan sarana dan prasarana</p> <p>8. Kurangnya peran P'masyarakat</p>

<b>Faktor External</b>	
<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Ancaman (Treat)</b>
<p>Penempatan sektor pariwisata sebagai sektor pembangunan kedua oleh pemerintah Provinsi NTB.</p> <p>Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) juga turut membuka peluang bagi pengembangan</p> <p>Kebijakan pemerintah pusat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan</p> <p>4. Menjadi Penyangga KEK Mandalika Resorts</p> <p>5. Berkembangnya</p> <p>6. Kecenderungan menguatnya mata uang asing</p> <p>7. Biaya berlibur di Lombok yang relative lebih murah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaksanaan otonomi daerah di tingkat Kabupaten/kota yang belum berjalan efektif dapat menghambat koordinasi antar berbagai stakeholder dalam bidang kepariwisataan.</li> <li>2. Terbatasnya akses menuju Desa Lantan yang ditunjukkan dengan tidak tersedianya transportasi umum juga turut menjadi ancaman pengembangan desa wisata di Desa Lantan Kabupaten Lombok Tengah.</li> <li>3. Tuntutan masyarakat internasional pariwisata yang ramah lingkungan</li> <li>4. Adanya kebijakan Pemerintah Provinsi NTB untuk mewujudkan 99 desa wisata</li> <li>5. Lemahnya persaingan</li> </ol>
<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan ragam produk wisata perdesaan berbasis keunikan potensi setempat.</li> <li>2. Menciptakan brand image destinasi alam dan budaya desa wisata Lantan</li> <li>3. Meningkatkan</li> <li>4. Menyediakan</li> <li>5. Pembentukan pengurus tetap khususnya di keanggotan pihak</li> <li>6. pokdarwis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa dibidang pariwisata</li> <li>2. Membangun jejaring pemasaran dengan stakeholders pariwisata</li> <li>3. Menciptakan aksesibilitas yang lancar dan indah menuju daya tarik wisata</li> <li>4. Menciptakan lingkungan yang alami di sekitar daya tarik wisata untuk mewujudkan</li> </ol>
<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan hasil analisa SWOT di atas, maka dapat disimpulkan bahwa indentifikasi situasi yang dilakukan oleh Desa Lantan belum menunjukkan hasil yang maksimal. Hal ini dilihat dari analisis kekuatan yang hanya menunjukkan kekuatan Desa Lantan secara umum, dimana kekuatan tersebut hanya dilihat dari tersedianya regulasi dan karakteristik desa yang memiliki potensi pariwisata. Kekuatan lainnya belum disebutkan secara sejelas, terutama kekuatan secara internal berupa sumberdaya baik anggaran maupun SDM, teknologi yang digunakan, hingga brand image yang dimiliki. Padahal kekuatankekuatan tersebut merupakan kekuatan dasar yang seharusnya dimiliki oleh pemerintah Desa Lantan untuk mencapai target dan sasaran dalam penembagan desa wisata. Sedangkan dari sisi kelemahan, hasil analisa SWOT justru lebih banyak menunjukkan kelemahan secara internal dari Desa Lantan yang berupa keterbatasan anggaran, keterbatasan sarana prasarana promosi, keterbatasan SDM, hingga belum efektifnya upaya pemasaran yang telah dilakukan.

Hasil analisa SWOT secara eksternal terutama peluang yang dimiliki oleh Desa

Lantan dapat di optimalkan pemanfaatannya sehingga dapat meminimalisir adanya ancaman.

Kebijakan penempatan sektor pariwisata sebagai prioritas pembagunan kedua di Nusa Tenggara Barat seharusnya dapat menjadi dorongan bagi pemerintah Desa Lantan untuk terus memaksimalkan upaya pemasaran pariwisata. Adanya prioritas ini juga dapat meningkatkan koordinasi antar berbagai stakeholder, meskipun otonomi daerah yang berjalan saat ini dirasa kurang efektif. Peluang ini juga dapat dimanfaatkan untuk mengatasi berbagai kelemahan yang ada di Desa Lantan, terutama kelemahan dari sisi anggaran dan SDM, serta infrastruktur. Selain itu, peluang kemajuan TIK juga seharusnya dapat. Strategi Pengembangan Desa wisata Lantan dengan daya tarik alam dan budaya. Disamping itu juga, daya tarik minat khusus juga dapat di buat seperti Agrowisata, dan Rafting, hiking, serta soft trekking.

Berdasarkan analisis SWOT yang disajikan dalam tabel diatas disusun strategi pengembangan wisata di Desa Lantan, Kecamatan, Kabupaten Lombok Tengah. Adapun beberapa strategi pengembangan dapat dirumuskan dalam pengembangannya sebagai berikut :

1) Strategi Strength Opportunities (SO) strategi ini berupaya untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar atau lingkungan eksternal. Strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan Desa Wisata Lantan antara lain : a) strategi menambah ragam produk wisata perdesaan berbasis keunikan potensi setempat, b) strategi menciptakan brand image desa wisata berbasiskan alam dan budaya dan c) strategi meningkatkan promosi dan pemasaran melalui media online d) Strategi menyediakan pelatihan pemandu wisata bagi masyarakat e) strategi pembentukan pengurus tetap khususnya di keanggotan pihak pokdarwis.

2) Strategi Strength Treats (ST), strategi ini memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan Wisata di desa Lantan yaitu : a) strategi meningkatkan sistem keamanan dengan melibatkan BKD & masyarakat lokal, b) strategi peningkatan sertifikasi SDM pariwisata dan produk industri pariwisata.

3) Strategi Weakness Threats (WO) dalam kuadran ini strategi yang dirancang adalah berusaha meminimalkan kelemahan dengan berusaha memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangannya antara lain : a) startegi memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa desa, b) strategi membangun jejaring pemasaran dengan desa lain seperti desa tetangga Desa Aik Berik dan Desa Karang Sidemen, c) strategi penciptaan aksesibilitas yang lancar dan indah menuju daya tarik wisata e) strategi penciptaan lingkungan yang asri berdasarkan pariwisata berkelanjutan.

4) Strategi Weakness Threats (WT), strategi ini bertujuan untuk bertahan dengan meminimalisir kelemahan dengan menghindari ancaman. Strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan di Desa lantan yaitu :

a) meningkatkan kompetensi SDM di bidang pariwisata seperti Guide Lokal, dan tenaga lainnya dan b) strategi peningkatan kesadaran masyarakat terhadap sadar wisata dan sapta pesona sehingga keamanan masyarakat terjamin.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: Desa Wisata Lantan, Kabupaten Lombok Tengah memiliki potensi besar, baik potensi alam dan budaya, ditambah dukungan dari faktor eksternal yang memberikan peluang yang sangat tinggi untuk berkembang menjadi desa wisata berkelanjutan.

Ada beberapa strategi alternatif yang bisa diterapkan dalam pengembangannya yakni terkait dengan aspek destinasi, aspek industri, aspek pemasaran dan aspek kelembagaan. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi:

1. Strategi penciptakan brand image destinasi wisata desa Lantan & penciptaan aksesibilitas menuju daya tarik wisata
2. Strategi penciptaan lingkungan sekitar daya tarik wisata & pengembangkan ragam produk perdesaan berbasis keunikan potensi setempat,
3. Strategi peningkatan sertifikasi produk industri pariwisata & aktivitas pemasaran produk wisata perdesaan
4. Strategi memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa dibidang pariwisata & peningkatkan kompetensi SDM di bidang kepariwisataan,

### Saran

Bagi pemerintah desa maupun pihak pokdarwis Desa Wisata Lantan, Kecamatan Batukilang, Kabupaten Lombok Tengah agar lebih gencar lagi turun untuk mengerahkan dan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam mengembangkan desa wisata di sana tidak menjadi kendala dalam mengembangkan Desa wisata Lantan ini di karenakan wisata ini dapat menjadi salah satu sarana bagi masyarakat khususnya sekitarnya untuk menjadi salah satu sarana atau sumber pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Bagi pihak pokdarwis yang ada di Desa Lantan, Kecamatan Batuilaing, Kabupaten Lombok Tengah yang bertugas mengembangkan wisata di Desa Lantan agar lebih memperhatikan lagi apa saja kekurangan-kekurangan dan kebutuhan yang terdapat di Kawasan wisata dan dapat memberikan tambahan ide kreatif dalam mengembangkan Desa Wisata Lantan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sejahtri, Juneria Tawa. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pemandian Serayu Lestari di Kota Samarinda." *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL* 10.3 (2022): 228-236.
- [2] Yacob, Syahmardi, et al. *Strategi Pemasaran Desa Wisata*. WIDA Publishing, 2021.
- [4] Novitaningtyas, Ivo, Andhatu Achsa, and Budi Rahardjo. "Strategi pemasaran desa brajan menuju Desa Wisata Mandiri." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)* 6.3 (2020): 591591.
- [6] Rezki, F. (2023). STRATEGI PEMERINTAH DESA DALAM PENGEMBANGAN
- [7] DESA WISATA DAYUN: Studi kasus Desa Wisata Dayun (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- [8] Hidayat, Ramon. "Analisis strategi pemasaran Coffee shop kelokopi dengan swot Analysis dan Boston Consulting Group (BCG)." (2021).
- [9] Ubaidilah (2018) Definisi Strategi. *Jurnal pendidikan Ekonomi* 6.2
- [10] Riaz, W., & Tanveer, A. (2012). Marketing mix, not branding. *Asian Journal of Business and*

- Management Sciences, 1(11), 43-52.
- [11] Bahri, S., & Supriatna, A. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pondok Wisata Hobihobi. *Jurnal Ilmu Administrasi Sandikta*, 8(13), 130-141.
- [13] Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., &
- [14] Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi*,
- [15] Hospitalitas Dan Perjalanan, 4(2), 72-83.
- [16] Mahendrayani, I., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2), 240–247.
- [17] Osin, R. F., Kusuma, I. R. W., & Suryawati, D. A. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata
- [18] Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 14(1)
- [21] Susanti, S. E., & Prabowo, B. (2019).
- [22] STRATEGI PEMASARAN
- [23] PARIWISATA DI WONOSALAM
- [24] DALAM MENINGKATKAN DAYA
- [25] TARIK PENGUNJUNG (Studi Kasus Pada Agrowisata di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang).
- [27] Jurnal Bisnis Indonesia, 10(1)
- [28] Vitina Sella Testi Anggarini.2019.“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Taman Mini Indonesia Indah [29] Jakarta”.
- [30] Kotler dan Keller (2016) Definisi Bauran Pemasaran journals.usm.ac.id.