
STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI KEBUN KURMA SEBAGAI AGROWISATA DI DESA SAMBIK BANGKOL KECAMATAN GANGGA KABUPATEN LOMBOK UTARA

Oleh :

Gita Atmaja¹, Primus Gadu² & I Wayan Bratayasa³

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

E-mail: ¹atmaja2038@gmail.com, ²primusgadu201@gmail.com,

³iwayanbratayasa@.com

Article History:

Received: 01-01-2026

Revised: 02-01-2026

Accepted: 03-01-2026

Keywords:

Strategi Pengembangan,
Potensi Kebun Kurma,
Agrowisata Kebun Kurma
Kurma.

Abstract: Desa Sambik Bangkol merupakan daerah yang beriklim tropis kering dan lingkungan yang mendukung untuk membudidayakan tanaman kurma, dan memiliki potensi untuk di kembangkan sebagai destinasi agrowisata dengan daya tarik utama tanaman kurma. Akan tetapi pengembangannya belum optimal karena beberapa faktor penghambat yang di temukan oleh pengelola, oleh karena itu perlu adanya strategi yang tepat dalam mengembangkan agrowisata kebun kurma dan bisa menjadi salah satu daya tarik wisata di Desa Sambik Bangkol, Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara mendalam tentang strategi pengembangan potensi kebun kurma sebagai agrowisata di desa sambik bangkol, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data di lakukan dengan observasi lapangan dan wawancara dengan informan kunci. Analisis data dilakukan dengan dimulai dari tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebun kurma di Desa Sambik Bangkol memiliki berbagai potensi agrowisata, antara lain keunikan tanaman kurma tropis, nilai edukatif dalam proses budidaya, keindahan alam dan lingkungan yang asri, ketersediaan lahan yang luas, serta keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan. Selain itu, dukungan budaya lokal dan keramahan masyarakat juga menjadi kekuatan dalam menarik wisatawan. Strategi pengembangan yang dirumuskan meliputi peningkatan fasilitas dan infrastruktur, penguatan kelembagaan pengelola, pelatihan sumber daya manusia, promosi berbasis digital, dan sinergi dengan pemerintah serta pelaku industri pariwisata. Dengan strategi pengembangan yang tepat, kebun kurma memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi agrowisata yang kompetitif, berkelanjutan, dan mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian serta pelestarian budaya.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah karena pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, dengan terciptanya lapangan pekerjaan dan pelestarian terhadap

lingkungan, dan budaya lokal. Salah satu bentuk pariwisata yang berkembang dan memiliki daya tarik yang unik dan sebagai salah satu pilihan bagi wisatawan yaitu agrowisata, yang merupakan objek wisata yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai kegiatan wisata dan memberikan pengalaman yang berbeda kepada wisatawan. Selain itu juga dengan memanfaatkan potensi yang ada seperti keunikan tanamannya sebagai daya tarik utama serta di padukan dengan kegiatan wisata edukatif dan kreatif, wisatawan tidak hanya di ajak untuk menikmati keindahan alam yang ada wisatawan juga bisa terlibat langsung dalam aktivitas pertanian, seperti menanam, proses budidaya, memanen hingga mengolah hasil pertanian. Agrowisata juga dianggap mampu mengintegrasikan sektor pertanian dan pariwisata secara sinergis, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produk pertanian sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

Kabupaten Lombok utara merupakan salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki keindahan alam dan kekayaan budaya serta potensi pertanian yang besar, salah satu desa yang memiliki potensi agrowisata yang unik yaitu Desa Sambik Bangkol yang terletak di kecamatan gangga, di desa sambik bangkol terdapat kebun kurma tropis yang memiliki daya tarik tersendiri karena keberadaan tanaman kurma yang selama ini identik dengan daerah timur tengah ternyata dapat tumbuh dan berhasil dibudidayakan dan memiliki kualitas yang baik. Hal ini menjadi peluang besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata agrowisata dengan tanaman kurma sebagai daya tarik utama.

Kebun kurma di desa sambik bangkol tidak hanya menawarkan keunikan dari sisi tanaman, tetapi juga memiliki daya tarik dari keindahan alam baik itu pemandangan hamparan tanaman kurma yang berjejer rapi, serta suasana pedesaan yang tenang dan alami, potensi ini dapat dikemas sebagai paket wisata edukatif yang dapat menarik minat wisatawan. Akan tetapi saat ini pemanfaatan kebun kurma sebagai agrowisata belum dilakukan secara maksimal, dikarenakan kegiatan agrowisata yang masih terbatas dan fasilitas penunjang yang belum memadai serta promosi yang belum optimal. Selain itu pengembangan kebun kurma sebagai destinasi agrowisata belum adanya strategi pengembangan yang sistematis dan berkelanjutan, pengelola wisata harus memerlukan perencanaan yang matang, dari berbagai aspek seperti atraksi, aksesibilitas, amenities, promosi dan partisipasi masyarakat serta dukungan dari pemerintah.

Dalam pengembangan agrowisata kebun kurma ini sebagai daya tarik wisata, diperlukan adanya strategi yang tepat. Melihat tantangan yang dihadapi pengelola, analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (analisis SWOT) dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi dalam pengembangan kebun kurma sebagai agrowisata.

LANDASAN TEORI

Teori Pengembangan Pariwisata

Teori pengembangan pariwisata yang di perkenalkan oleh Robert Christie Mill dan Alastair Morrison (2002) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata tidak hanya bergantung pada daya tarik wisata saja, melainkan juga pada 4 komponen yaitu: 1) Pasar (market): mengacu pada *segmen* wisatawan atau konsumen yang menjadi target utama dalam pengembangan pariwisata, dengan memahami karakteristik, kebutuhan, dan preferensi, serta motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Informasi pasar sangat penting karena untuk menentukan arah pengembangan destinasi supaya sesuai dengan permintaan yang ada. 2) Produk (attractions) merupakan inti dari kegiatan pariwisata itu

sendiri, produk wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan baik yang bersifat alami, budaya, dan buatan. 3) Promosi (marketing) menjadi salah satu faktor penting dalam mengenalkan dan memasarkan destinasi wisata kepada wisatawan dengan tujuan untuk memperluas pasar dan mempermudah wisatawan dalam mengakses destinasi wisata serta untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. 4) Aksesibilitas (accessibility): yaitu mengacu pada akses untuk mempermudah wisatawan dalam menjangkau lokasi destinasi wisata, ini mengacu pada kemudahan dalam infrastruktur jalan, transportasi, fasilitas, dan informasi mengenai destinasi wisata. Upaya lain yang dilakukan dalam pengembangan pariwisata yaitu harus menggunakan konsep pariwisata berkelanjutan, yang bertujuan untuk pengembangan destinasi wisata jangka panjang, dan menekankan pada aspek lingkungan dan budaya, dengan melestarikan sumber daya alam dan budaya, kesejahteraan masyarakat lokal, kesadaran dalam melestarikan lingkungan, serta meningkatkan partisipasi masyarakat (Harianja, et al., 2020).

Selain itu menurut Muhamad Ridwan (2012:5), mengatakan bahwa objek wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai tambah yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia sebagai sasaran dan kunjungan wisatawan. Menurut A. J. Muljadi (2012) sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat wisatawan berkunjung, destinasi wisata pasti memiliki keunikan yang berbeda dan menjadi daya tarik tersendiri yang bisa menjadi magnet untuk menarik wisatawan untuk berkunjung.

Teori Perencanaan Pariwisata

Perencanaan pariwisata merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan destinasi wisata yang berkelanjutan, perencanaan pariwisata ini merupakan proses sistematis yang dirancang untuk mengembangkan dan mengelola potensi wisata di daerah untuk memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan secara berkelanjutan.

Menurut Gunn (1994) dalam pengembangan pariwisata membagi menjadi enam komponen dalam sistem pariwisata yang harus ada dalam perencanaan pengembangan pariwisata yaitu: 1) Atraksi (*Attractions*): Atraksi merupakan komponen utama yang menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata, atraksi ini berupa keindahan alam kegiatan pertanian, budaya lokal, kuliner khas dan buatan. 2) Aksesibilitas (*Accessibility*): Aksesibilitas bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk menjangkau destinasi dan dapat menentukan keberhasilan pengembangan kawasan wisata. Seperti infrastruktur jalan, sarana transportasi serta informasi yang tersedia untuk memandu wisatawan, perencanaan akses yang baik akan mendukung dan mempermudah wisatawan untuk menjangkau destinasi wisata. 3) Fasilitas (*Amenitas*): Fasilitas merupakan segala bentuk sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan wisatawan seperti toilet umum, tempat ibadah, dan tempat istirahat, Gunn menyebutkan bahwa fasilitas yang memadai akan meningkatkan kualitas dan pengalaman wisatawan dan mendorong wisatawan untuk tertarik berkunjung lagi. 4) Promosi Dan Informasi (*information & promotion*): Keberhasilan destinasi juga dipengaruhi oleh upaya promosi dan penyediaan informasi yang baik dan akurat, informasi ini penting untuk memperluas jangkauan pasar wisata dengan pemanfaatan media sosial agar promosi lebih efektif dan mempermudah wisatawan untuk menjangkau dan memperluas pemasarannya untuk meningkatkan promosi. 5) Pelayanan Pendukung (*Ancillary Services*): Layanan pendukung seperti keamanan, pemandu wisata,

serta keberadaan lembaga seperti kelompok sadar wisata dalam mendukung kegiatan wisata juga merupakan bagian penting dalam pengembangan pariwisata, perencanaan yang matang dengan memastikan bahwa pelayanan pendukung harus memadai untuk mengelola destinasi wisata secara optimal. 6) Masyarakat: Keterlibatan masyarakat juga merupakan hal yang penting dalam keberlanjutan suatu destinasi, Gunn menekankan bahwa masyarakat lokal harus dilibatkan dalam setiap tahapan perencanaan pariwisata. Hal ini bertujuan untuk menghindari dampak-dampak negatif dari aktivitas pariwisata dan memberikan rasa memiliki terhadap objek wisata sehingga bisa lebih di jaga dan berkelanjutan.

Teori Alternatif pariwisata (*Alternative Tourism*)

Teori alternatif pariwisata atau *alternative tourism* muncul sebagai respon terhadap berbagai bentuk dampak negatif yang di timbulkan dari pengembangan pariwisata, seperti kerusakan lingkungan, *komersialisasi* budaya, serta *marginisasi* masyarakat lokal dan menekankan pada keberlanjutan lingkungan.

Menurut Wearing Dan Niel (1999) mengemukakan bahwa pariwisata alternatif merupakan bentuk pariwisata yang menawarkan pada pengalaman yang lebih bermakna kepada wisatawan yang berkunjung, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, sosial dan budaya serta keberlanjutan. Pariwisata alternatif memperomosisikan intraksi langsung antara wisatawan dan masyarakat lokal contohnya ekowisata dan agrowisata. Dalam pengembangan kebun kurma sebagai destinasi agrowisata di Desa Sambik Bangkol, teori alternatif pariwisata sangat relevan karena pengembangan agrowisata tidak hanya bertujuan untuk menarik kunjungan wisatawan, tetapi bisa juga menjadi media edukasi, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Selain itu agrowisata memberikan ruang bagi wisatawan untuk berintraksi langsung dengan aktivitas pertanian, memahami proses budidaya, dan menikmati suasana desa sambik bangkol.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini bertujuan untuk mengamati, memahami dan mencari sumber data untuk mendapatkan informasi yang tepat kebenarannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini yaitu "Strategi Pengembangan Potensi Kebun Kurma Sebagai Agrowisata Di Desa Sambik Bangkol Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara" tentunya peneliti menggali informasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan informasi yang mendalam dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak yang bersangkutan agar peneliti mendapatkan informasi yang benar adanya. Dalam penelitian ini peneliti wawancara dengan informan yaitu pembina budidaya, pengelola, masyarakat, dan pemerintah desa, sebagai informan kunci dalam penelitian yang dilakukan di desa sambik bangkol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kebun kurma terletak di dusun jugil timur, Desa Sambik Bangkol Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. Kebun kurma ini merupakan salah satu tempat wisata yang saat ini dikembangkan di Lombok Utara sebagai destinasi agrowisata kebun kurma dengan daya tarik tanaman kurma. Desa sambik bangkol memiliki luas wilayah sekitar 9,83 km² dan berada pada ketinggian rata-rata 100- 200 meter di atas permukaan laut dan Akses menuju

desa ini cukup mudah dan dapat di jangkau dengan kendaraan roda dua maupun dari pusat kota Mataram dengan waktu tempuh 1 jam 20 menit. Tanaman kurma ini mulai di dibudidayakan sejak tahun 2018, dengan jenis tanaman kurma yaitu barehe dan sukari yang dimana jenis kurma ini sudah diakui sebagai salah satu dari sepuluh jenis kurma terbaik didunia.

Keistemawaan kurma ini tidak hanya pada kualitas yang di tawarkan tetapi juga pada produktivitasnya, saat jumlah pohon kurma yang ada di kebun kurma jugil ini berjumlah 43 pohon di antaranya 16 pohon sudah menghassilkan buah dan satu pohon bisa menghasilkan 10 hingga 29 tandan buah dengan berat mencapai 6-7 kilogram pertandannya. Keistemawaan lainnya kebun kurma ini di akui secara internaional setelah memenangkan penghargaan pada kontes kurma di Abu Dhabi pada november 2023. Kebun kurma ini sering di kunjungi oleh wisatawan domestik, selain itu juga wisatawan asing yang trus meningkat terutama pada akhir pekan tidak kurang dari 600 orang yang berkunjung untuk menikmati hamparan pemandangan tanamn kurma dan menikmati buah kurma yang di tawarkan.

Potensi kebun kurma sebagai agrowisata agrowisata

Kebun Kurma di Desa Sambik Bangkol memiliki berbagai potensi yang menjadikannya layak untuk dikembangkan sebagai salah satu daya tarik agrowisata unggulan di Kabupaten Lombok Utara. Keunikan komoditas kurma yang tidak umum dibudidayakan di daerah tropis, ditambah dengan lanskap desa yang asri dan *kultur* masyarakat yang ramah, menciptakan sebuah kombinasi yang sangat mendukung bagi pengembangan destinasi wisata berbasis pertanian dan edukasi. Dari segi keunikan, kurma merupakan tanaman yang memiliki nilai religius, *kultural*, dan *ekonomis* yang tinggi. Kurma bukan hanya dikenal sebagai buah yang kaya manfaat, tetapi juga memiliki nilai simbolik dalam budaya Islam. Hal ini memberikan daya tarik tersendiri, khususnya bagi wisatawan domestik dari kalangan Muslim.

Keunikan Tanaman Kurma Sebagai Daya Tarik Wisata

Kurma secara umum dikenal sebagai tanaman khas daerah Timur Tengah dengan iklim kering dan panas. Oleh karena itu, keberhasilan budidaya tanaman kurma di Desa Sambik Bangkol yang beriklim tropis merupakan daya tarik tersendiri. Wisatawan yang berkunjung akan merasakan pengalaman unik melihat langsung pohon kurma tumbuh subur di tanah Lombok hal yang sebelumnya dianggap mustahil. Keunikan ini menjadi nilai jual utama dan mampu menarik wisatawan dari berbagai kalangan, mulai dari pecinta pertanian, pelajar, akademisi, hingga masyarakat umum.

fasilitas dan sarana prasarana agrowisata kebun kurma

Fasilitas dan sarana prasarana merupakan unsur pendukung penting dalam pengembangan agrowisata, karena secara langsung memengaruhi kenyamanan, kepuasan, serta keseluruhan pengalaman wisatawan selama berada di lokasi. Di Agrowisata Kebun Kurma Desa Sambik Bangkol, keberadaan fasilitas dan sarana prasarana saat ini sudah mulai tersedia, namun masih dalam tahap awal dan memerlukan pengembangan lebih lanjut untuk menunjang potensi agrowisata secara optimal. Hasil observasi dan wawancara dengan pengelola kebun menunjukkan bahwa beberapa fasilitas dasar sudah tersedia, seperti area parkir, toilet umum, serta beberapa gazebo sederhana. Jalan setapak di dalam area kebun juga sudah mulai dibangun, meskipun belum sepenuhnya permanen atau ramah bagi semua jenis pengunjung.

Lingkungan Kebun Kurma

Potensi lainnya terletak pada kondisi lingkungan kebun yang tertata rapi dan berada di tengah kawasan pedesaan yang masih asri. Suasana alam yang tenang, udara yang sejuk, dan panorama kebun yang hijau menjadikan lokasi ini ideal untuk wisata alam. Keindahan barisan pohon kurma yang tinggi dan eksotis juga sangat cocok dijadikan sebagai spot fotografi, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan muda dan pengguna media sosial. Keasrian lingkungan ini memperkuat daya tarik wisata yang mengutamakan kenyamanan, ketenangan, dan interaksi langsung dengan alam karakteristik utama dari tren wisata berbasis alam atau *nature-based tourism*.

Potensi Edukasi dan Wisata Partisipatif

Kebun kurma juga memiliki potensi besar sebagai media edukasi dan wisata partisipatif. Pengunjung tidak hanya sekedar melihat tanaman, tetapi juga bisa belajar mengenai proses budidaya kurma, teknik penanaman, pemupukan, hingga pemanenan buah. Aktivitas ini sangat cocok untuk pengembangan wisata edukatif yang menyasar pelajar, mahasiswa, dan komunitas pertanian. Selain itu, pengunjung juga dapat berpartisipasi langsung dalam kegiatan kebun seperti menyiram tanaman, memberi pupuk organik, hingga memetik buah. Wisata berbasis pengalaman ini memberikan kesan mendalam kepada wisatawan dan dapat meningkatkan loyalitas kunjungan. Keterlibatan aktif wisatawan dalam aktivitas pertanian juga sejalan dengan prinsip agrowisata yang bersifat interaktif dan mendidik.

Analisis SWOT Potensi Agrowisata Kebun Kurma

Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan dalam perencanaan untuk menilai faktor internal dan eksternal dalam pengembangan suatu royek atau bisnis yang bertujuan untuk merencanakan strategi yang efektif.

Berikut Analisis SWOT agrowisata kebun kurma di desa sambik bangkol :

1. Strengths (kekuatan)

- a. Keunikan tanaman kurma, kebun kurma di Desa Sambik Bangkol menawarkan daya tarik wisata yang berbeda dengan agrowisata lainnya yang ada di Lombok, budidaya kurma di Indonesia khususnya di NTB, masih tergolong baru sehingga wisatawan merasa penasaran. Hal ini menjadi potensi utama untuk meningkatkan minat wisatawan yang mencari pengalaman baru tentang agrowisata yang bersifat edukatif.
- b. Lingkungan yang mendukung, di desa sambik bangkol memiliki iklim tropis kering dan cocok terhadap tanaman tertentu, sehingga tanaman kurma cocok di budidayakan di Desa Sambik Bangkol yang lingkungannya mendukung untuk keberhasilan budidaya kurma, karena faktor pendukung seperti tanah gembur dan kering serta dengan penataan irigasi sederhana mampu mendukung pertumbuhan tanaman kurma dan menghasilkan kurma yang berkualitas.
- c. Potensi menjadi ikon agrowisata, dan daya tarik wisata di Lombok Utara, agrowisata kebun kurma dengan keunikan dari tanaman kurma yang terbilang jarang ada, agrowisata berpotensi menjadi ikon baru pariwisata di Lombok Utara yang selama ini di kenal sebagai wisata alam dan religi.

2. Weaknes (kelemahan)

- a. Keterbatasan sarana dan persarana pendukung, saat ini agrowisata kebun kurma di Desa Sambik Bangkol, fasilitas belum memadai seperti area parkir yang belum tertata, toilet umum yang bersih, belum ada tempat ibadah dan gazebo atau tempat istirahat.

Hal ini menjadi hambatan sehingga menurunnya minat kunjungan wisata, serta menghambat pengembangan wisata secara optimal.

- b. Peromosi yang masih kurang, kurangnya kegiatan promosi baik secara online maupun offline menyebabkan informasi belum tersebar secara luas dan sulit di jangkau oleh wisatawan, promosi hanya sebatas membuat konten tentang kuma dan dari mulut kemulut.
- c. SDM masih kurang, pengelo dan pelaku wisata di kebun kurma sebagian besar belum memilik latar belakan pariwisata atau pelatihan dalam bidang pariwisata contohnya seperti pelayanan wisata, dan berdampak pada kualitas pelayanan dan kepuasan wisatwan.
- d. Belum ada nya paket wisata dan event tahunan, hal ini sangat berdampak pada kunjungan wisatwan.

3. *Opportunities* (peluang)

- a. Teren wisata alam, saat ini wisata alam sangat di gemari oleh wisatwan terlebihnya di lombok utara dengan berbagai macam pilihan wisata alam yang di tawarkan. Hal ini menjadi peluang bagi pengembangan agrowisata kebun kurma yang memiliki potensi besar dengan menawarkan wisata alam yang berbeda dan unik, sehingga dengan adanya teren wisata agrowisata memiliki peluang untuk di kembangkan dan menjadi pilhan wisata alam bagi wisatawan.
- b. Dukungan pemerintah, dengan adanya program pendampingan, atau pelatihan dan pendanaan bagi desa wisata dan UMKM pariwisata, memebuka peluan bagi pengelola membangun kerja sama untuk mendukung pengembangan agrowisata kebun kurma supaya bisa dikembangkan dengan maksimal.
- c. Membangun kerja sama dengan agen perjalanan wisata, dengan membentuk kemitraan dengan agen perjalanan, oprator tour, homestay dan komitas trevel, sehingga memepluas jaringan dan peromosi.

4. *Treats* (ancaman)

- a. Kurangnya brending Lombok terkenal dengan banyak pilihan destinasi dengan daya tariknya masing-masing, hal ini menyebabkan persaingan antara destinasi , terlebih agrowisata kebun kurma juga akan mengahadpi tantangan dalam menari wisatawan dengan potensinya.
- b. Perubahan iklim dan cuaca ekstrim, budidaya tanaman kurma sangat bergantung pada kesatabilan iklim untuk mendapatkan kualitas yang baik, prubahan iklim dan cuaca ekstrim menjadi salah satu ancaman tanaman kurma yang dapat menyebabkan terhambatnya pertumbuhan dan menurunnya kualitas buah kurma.
- c. Kurangnya kesadaran terhadap lingkungan, ini menjadi salah satu ancaman, karena tanpa pengelolaan lingkungan yang baik seperti peningkatan kunjungan wisatatawan bisa menyebabkan kerusakan lingkungan, dan bisa menurunkan kualitas wisata dan keberlanjutan.

Berdasarkan analisis SWOT pengembangan potensi agrowisata kebun kurma di Desa Sambik Bangkol, bahwa agrowisata kebun kurma ini memiliki kekuatan dari segi keunikan tanamannya, kondisi lingkungan dan memberikan pengalaman berbeda bagi wisatwan, selain itu juga agrowisata kebun kurma bisa menjadi salah satu daya tarik wisata yang ada di Lombok Utara. Akan tetapi pengembangan agrowisata juga memiliki hambatan dan harus menjadi perhatian bagi pengelola, dari sisi peluang agrowisata juga memiliki peluang besar

terutama terhadap tren wisata.

1. Strategi SO (Strength-Opportunity): Memaksimalkan Kekuatan untuk Meraih Peluang

Strategi pertama bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh kebun kurma untuk merespons peluang eksternal yang tersedia. Keunikan tanaman kurma sebagai tanaman yang jarang dibudidayakan di wilayah tropis seperti Indonesia menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini memberikan pengalaman wisata yang unik dan edukatif bagi wisatawan, khususnya bagi mereka yang tertarik dengan pertanian dan budidaya tanaman kurma. Dengan meningkatnya tren wisata alam dan minat terhadap agrowisata, kebun kurma memiliki peluang besar untuk berkembang. Oleh karena itu, strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan paket-paket wisata edukatif yang memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan, seperti mengenal proses budidaya kurma, menanam pohon kurma, hingga mencicipi hasil panen.

2. Strategi WO (Weakness-Opportunity): Mengatasi Kelemahan dengan Memanfaatkan Peluang

Strategi ini difokuskan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan internal yang ada dengan cara memanfaatkan peluang dari luar. Salah satu kelemahan utama kebun kurma saat ini adalah keterbatasan sarana dan prasarana pendukung wisata seperti tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah, dan gazebo. Ketiadaan fasilitas ini berdampak langsung terhadap kenyamanan wisatawan dan menghambat lama kunjungan. Dalam hal ini, peluang berupa dukungan pemerintah melalui program desa wisata dapat dimanfaatkan untuk mengatasi permasalahan infrastruktur. Pengelola dapat mengajukan proposal pembangunan fasilitas dasar dan bekerja sama dengan pihak swasta melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk membiayai pembangunan fasilitas wisata.

3. Strategi ST (Strength-Threat): Menggunakan Kekuatan untuk Mengatasi Ancaman

Strategi ini digunakan untuk mengantisipasi ancaman dari luar dengan memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki. Salah satu ancaman yang dihadapi adalah ketatnya persaingan antar destinasi wisata di Lombok. Untuk menghadapi hal ini, keunikan kebun kurma sebagai agrowisata berbasis edukasi dan tanaman kurma tropis harus dijadikan identitas yang kuat. Branding sebagai "Satu-satunya Agrowisata Kurma di NTB" dapat dibangun melalui media promosi, *brosur*, maupun pameran wisata.

4. Strategi WT (Weakness-Threat): Meminimalkan Kelemahan dan Menghindari Ancaman

Strategi ini bersifat defensif, untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari dampak ancaman eksternal. Mengingat kebun kurma masih menghadapi tantangan dalam aspek SDM, infrastruktur, dan promosi, maka strategi yang tepat adalah dengan menyusun rencana pengembangan jangka panjang yang berbasis pada prinsip keberlanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kebun kurma sebagai daya

tarik agrowisata dan merumuskan strategi pengembangannya secara komprehensif. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis SWOT, diperoleh sejumlah kesimpulan sebagai berikut: 1) Potensi Kebun Kurma sebagai Agrowisata di Desa Sambik Bangkol : a) Kebun kurma di Desa Sambik Bangkol memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi destinasi agrowisata yang unggul dan berkelanjutan. Keunikan utama yang menjadi daya tarik adalah keberadaan tanaman kurma tropis, yang jarang ditemukan di daerah lain di Indonesia, sehingga menciptakan rasa penasaran sekaligus minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, proses budidaya kurma memberikan nilai edukatif yang tinggi, terutama dalam konteks pertanian modern di iklim tropis. b) Keindahan alam pedesaan yang asri, udara yang sejuk, dan lanskap pertanian yang tertata menjadi penunjang utama dalam membangun suasana wisata yang menyenangkan. Dari aspek sosial-budaya, keterlibatan masyarakat lokal, kearifan lokal, dan keramahan warga juga menjadi nilai tambah yang memperkuat citra kebun kurma sebagai destinasi wisata berbasis komunitas. c) Potensi lainnya mencakup tersedianya lahan pertanian yang cukup luas, peluang untuk mengembangkan berbagai aktivitas wisata seperti petik buah, wisata edukasi, dan wisata kuliner berbasis hasil olahan kurma. Selain itu, lokasi desa yang mudah dijangkau dari pusat kota dan potensi dukungan dari pemerintah daerah maupun lembaga terkait turut menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan destinasi ini. 2) Strategi Pengembangan Potensi Kebun Kurma sebagai Agrowisata berdasarkan Analisis SWOT, Berdasarkan analisis SWOT, dapat dirumuskan strategi pengembangan kebun kurma sebagai agrowisata yang realistis dan berbasis potensi lokal: a) Strategi S-O (Strengths – Opportunities): Menggunakan kekuatan internal seperti keunikan kurma tropis, daya tarik edukatif, dan keterlibatan masyarakat untuk merespon peluang pengembangan pariwisata. Strategi yang dapat dilakukan meliputi pengembangan paket wisata edukatif, promosi digital melalui media sosial dan platform wisata, kerja sama dengan lembaga pendidikan, serta pengemasan wisata petik buah sebagai produk unggulan. b) Strategi W-O (Weaknesses – Opportunities): Memanfaatkan peluang eksternal seperti dukungan pemerintah dan tren wisata berbasis alam untuk mengatasi kelemahan internal seperti minimnya fasilitas wisata dan kurangnya manajemen profesional. Strategi ini meliputi pelatihan bagi masyarakat dalam bidang pelayanan wisata, pengelolaan destinasi, dan penguatan kelembagaan (seperti pembentukan Pokdarwis), serta pembangunan infrastruktur dasar seperti toilet, area parkir, pusat informasi, dan tempat istirahat wisatawan. c) Strategi S-T (Strengths – Threats): Menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi potensi ancaman seperti perubahan iklim, persaingan antar destinasi wisata, dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kelestarian lingkungan. Strategi ini dapat diwujudkan melalui diversifikasi produk wisata (kuliner, edukasi, budaya), penyusunan SOP pengelolaan wisata berkelanjutan, serta kampanye sadar wisata bagi masyarakat. d) Strategi W-T (Weaknesses – Threats): Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman secara bersamaan

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan kepada pengelola dan pihak terkait untuk meningkatkan pengembangan agrowisata kebun kurma di Desa Sambik Bangkol Kabupaten Lombok Utara: 1) Meningkatkan infrastruktur, aksesibilitas dan sarana pendukung wisata lainnya, karena hal ini penting untuk memberikan rassa nyaman dan aman bagi wisatawan serta untuk

meningkatkan kunjungan wisatawan. 2) Meningkatkan sumberdaya manusia dengan program pelatihan untuk pengelola dan masyarakat yang terlibat dalam memberikan pelayanan wisata, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan wisata. 3) Mengembangkan atraksi wisata ,seperti paket wisata dan event tahunan untuk meningkatkan kunjungan dan lama tinggal bagi wisatawan. 4) Meningkatkan promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dengan efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar dan mempermudah wisatawan dalam mengakses agrowisata kebun kurma. 5) Membangun kerja sama yang baik dengan pemerintah, pelaku usaha, institusi pendidikan,agen perjalanan wisata dan meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mendapatkan dukungan dalam pengembangan agrowisata kebun kurma. 6) Menerapkan pengelolaan berkelanjutan dengan menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi,sosial dan lingkungan dalam budidaya maupun pengelolaan agrowisata. 7) Melakukan evaluasi terhadap pengembangan agrowisata, yang bertujuan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi selama pengembangan agrowisata kebun kurma.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, Burhan, and L. J. A. Moleong. (2007). "Jenis dan Pendekatan Penelitian." *Proses Kerja Kbl Dalam Menjalankan Program Corporate Social Responsibility Di PT. Pelindo 1*.
- [2] Creswell, J. W. (2002). *Desain penelitian. Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*, Jakarta: KIK, 2, 121-180.
- [3] Creswell, J. W. (2002). *Desain penelitian. Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*, Jakarta: KIK, 2, 121-180.
- [4] Kalumbang, S., Arvianti, E. Y., & Nurhananto, D. A. (2018). Analisis strategi pt. Duta wisata kurma dalam pengembangan objek wisata kebun kurma di desa sukorejo kecamatan sukorejo kabupaten pasuruan. *Fakultas pertanian*, 6(2).
- [5] Muljadi, A.J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [6] Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [8] Ridwan, Mohammad. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT Softmedia
- [9] Suganda, H. (2021). *Strategi Digitalisasi Destinasi Wisata di Era Industri 4.0*. Bandung: Penerbit Andi.