
STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DESTINASI WISATA KREATIF KERAJINAN GERABAH DI DESA BANYUMULEK KABUPATEN LOMBOK BARAT

Oleh :

Rahmat¹, I Wayan Suteja², Putu Ayu Pratiwi Duta Siwantari³

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

E-mail: ¹Rahmat@gmail.com, ²tejabulan@gmail.com, ³putuayu@gmail.com

Article History:

Received: 06-01-2026

Revised: 07-01-2026

Accepted: 08-01-2026

Keywords:

Harga, Kualitas

Pelayanan,

Pramusaji, Kepuasan

Konsumen, Restoran.

Abstract: Kerajinan gerabah Banyumulek merupakan bagian penting dari identitas budaya dan sumber kehidupan masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing destinasi wisata kreatif kerajinan gerabah di Desa Wisata Banyumulek, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya saing tersebut. Metode penelitian kualitatif digunakan dengan pendekatan analisis SWOT untuk menggali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata kreatif gerabah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, termasuk pengusaha kerajinan, pemerintah desa, dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan daya saing wisata kreatif Banyumulek dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti pemanfaatan teknologi untuk efisiensi produksi, pengembangan kemitraan industri, pemasaran digital, serta adaptasi terhadap preferensi wisata berbasis komunitas. Selain itu, pengembangan program regenerasi pengrajin dan perbaikan infrastruktur menjadi langkah penting untuk memastikan keberlanjutan industri gerabah. Dengan mengintegrasikan tradisi lokal, teknik ramah lingkungan, dan inovasi modern, Banyumulek memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata unggulan yang berdaya saing global.

PENDAHULUAN

Desa Wisata Banyumulek di Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu sentra kerajinan gerabah tradisional yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata kreatif berbasis budaya. Produk-produk gerabah yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika tinggi, tetapi juga merepresentasikan warisan teknik pembuatan yang telah dijaga secara turun-temurun oleh masyarakat setempat. Keunikan ini menjadikan Banyumulek memiliki daya tarik yang kuat di mata wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, besarnya potensi tersebut belum diimbangi dengan strategi pengembangan yang terstruktur dan berkelanjutan, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian lokal dan promosi budaya masih relatif rendah (Dinas Pariwisata NTB, 2023).

Daya saing produk kerajinan gerabah Banyumulek menghadapi berbagai tantangan,

di antaranya minimnya inovasi desain, rendahnya kualitas produksi, serta terbatasnya akses promosi dan platform pemasaran digital. Data Dinas Pariwisata NTB (2023) menunjukkan penurunan penjualan hingga 30% sejak tahun 2019, akibat pergeseran preferensi pasar dan stagnasi model usaha lokal. Selain itu, penduduk yang berprofesi sebagai pengrajin gerabah didominasi oleh kelompok usia 46–55 tahun (46.5%), sementara partisipasi pemuda dalam industri ini sangat rendah, yakni hanya 4.7% dari populasi pengrajin aktif (Prasetya et al., 2022). Sebagian besar generasi muda lebih memilih bekerja di sektor ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret, atau mengembangkan kerajinan alternatif seperti tanaman hias yang dianggap lebih adaptif terhadap pasar digital dan tren gaya hidup kontemporer (Setiawan et al., 2021; Rahmania et al., 2024).

Kondisi ini diperburuk oleh lemahnya infrastruktur wisata yang ada. Fasilitas seperti balai pertemuan, pasar seni, kios suvenir, dan akses jalan utama sebagian besar mengalami degradasi fisik, terutama pasca gempa tahun 2018 yang tidak diikuti dengan revitalisasi terpadu (Iskandar, 2023). Di Dusun Muhajirin, aksesibilitas menuju lokasi wisata sangat terbatas akibat jalan rusak dan ketiadaan jembatan penghubung antar desa (Rahmawati, 2024; Mulyadi, 2022). Situasi ini menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan serta menurunkan nilai jual atraksi budaya lokal. Berdasarkan model Tourism Area Life Cycle (TALC), Desa Banyumulek saat ini berada pada fase stagnation, yang ditandai dengan kejenuhan atraksi dan tidak adanya upaya peremajaan destinasi (Butler, 1980; Azwar et al., 2024).

Berangkat dari kompleksitas tersebut, diperlukan strategi peningkatan daya saing yang bersifat holistik dan adaptif terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan pasar wisata. Strategi ini harus mencakup penguatan kapasitas pengrajin lokal, diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi pemasaran digital, serta revitalisasi infrastruktur pariwisata. Selain itu, integrasi partisipasi generasi muda melalui pelatihan kewirausahaan dan pelestarian kearifan lokal menjadi langkah krusial untuk mencegah transisi menuju fase decline. Penelitian ini berupaya merumuskan strategi yang berbasis pada potensi lokal Desa Banyumulek, agar dapat meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pelestarian warisan budaya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi peningkatan daya saing destinasi wisata kreatif berbasis kerajinan gerabah di Desa Wisata Banyumulek, Kabupaten Lombok Barat. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya lokal yang memengaruhi pengembangan pariwisata desa. Analisis SWOT digunakan sebagai alat evaluatif untuk mengkaji faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman), yang menjadi dasar dalam perumusan strategi penguatan destinasi.

A. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kapasitas dan relevansi terhadap topik penelitian (Sugiyono, 2016). Informan terdiri dari minimal 10 orang yang mencakup: (1) pengrajin gerabah sebagai pelaku utama industri kreatif; (2) aparat pemerintah desa yang memiliki kewenangan dan wawasan kebijakan; dan (3) masyarakat lokal yang berinteraksi langsung dengan wisatawan dan merasakan dampak pariwisata secara sosial dan ekonomi. Pemilihan ini dimaksudkan untuk memastikan

representasi pandangan dari berbagai aktor kunci dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya.

B. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model SWOT dengan mengelompokkan temuan ke dalam empat kategori utama: Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats. Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi SO, ST, WO, dan WT sesuai dengan pendekatan Grand Strategy dari Rangkuti (2014). Strategi ini membantu merumuskan kebijakan penguatan daya saing destinasi secara komprehensif, baik melalui pemanfaatan kekuatan internal maupun pengelolaan risiko eksternal.

C. Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan temuan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan akurasi. Selain itu, validitas sumber data dijamin dengan pemilihan informan yang kredibel dan kompeten di bidangnya. Teknik ini mendukung validitas internal dan meningkatkan reliabilitas hasil sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Banyumulek di Kabupaten Lombok Barat memiliki karakteristik budaya dan ekonomi kreatif yang menjadikannya sebagai salah satu pusat kerajinan gerabah tradisional paling dikenal di Nusa Tenggara Barat. Teknik produksi gerabah yang diwariskan secara turun-temurun dari masyarakat Sasak telah menjadi simbol identitas lokal, dengan produk ikonik seperti *Kendhil Maling* yang sarat filosofi budaya. Proses pembuatan yang masih menggunakan alat manual dan pembakaran berbasis jerami menunjukkan komitmen terhadap pelestarian kearifan lokal yang sekaligus menjadi daya tarik wisata edukatif. Potensi ini semakin kuat dengan partisipasi masyarakat dalam penyediaan homestay, kuliner khas, dan atraksi budaya, sehingga Banyumulek memiliki ekosistem pariwisata yang berbasis komunitas.

Namun, di balik kekuatan tersebut, Banyumulek menghadapi tantangan serius dari sisi infrastruktur, regenerasi pelaku industri, dan strategi promosi. Fasilitas publik seperti pasar seni dan toilet wisata menunjukkan kondisi yang kurang terawat dan belum terintegrasi dalam sistem pelayanan wisata yang profesional. Penurunan jumlah wisatawan pasca pandemi turut menyebabkan stagnasi dalam pemasaran produk gerabah, serta penurunan pendapatan pelaku usaha. Berdasarkan data Jadesta Kemenparekraf (2024), meskipun sekitar 50% penduduk masih bergelut di sektor gerabah, mayoritas berasal dari kelompok usia paruh baya dan lanjut, dengan hanya 4.7% berasal dari kategori pemuda (Prasetya et al., 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa regenerasi industri gerabah mengalami hambatan, di mana generasi muda mulai beralih profesi ke sektor ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret, atau kerajinan lain yang lebih adaptif secara ekonomi dan digital (Setiawan et al., 2021; Rahmania et al., 2024).

Analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini menempatkan Banyumulek pada titik strategis yang membutuhkan intervensi holistik. Faktor kekuatan yang dimiliki antara lain akses jalan yang layak, moda transportasi tradisional (Cidomo) yang memperkuat pengalaman autentik wisata, teknik produksi tradisional, partisipasi masyarakat, serta keberadaan atraksi wisata edukatif seperti pottery lesson dan pertunjukan budaya lokal. Di sisi kelemahan, terdapat ketimpangan kapasitas antar pelaku usaha, minimnya inovasi dan sistem insentif, serta belum adanya identitas visual formal yang mendukung strategi promosi terpadu. Peluang besar terbuka melalui revitalisasi pasar seni, pengembangan wisata heritage seperti Masjid Kembar, dan tren wisata edukatif yang memungkinkan diversifikasi paket-paket tur. Sementara itu, ancaman yang

perlu diwaspadai mencakup penurunan drastis kunjungan wisatawan, eksploitasi bahan baku yang tidak terkendali, dan minimnya dukungan pendanaan inovatif.

Strategi penguatan daya saing Banyumulek diarahkan pada empat dimensi utama berdasarkan matriks SWOT: strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang), strategi ST (memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman), strategi WO (mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), dan strategi WT (meminimalkan kelemahan dan ancaman secara defensif). Strategi SO mencakup pengembangan paket wisata edukatif dan budaya berbasis narasi lokal, optimalisasi kanal digital seperti NTB Mall dan Jadesta, serta penciptaan identitas visual desa melalui desain logo, tagline, dan standar promosi. Strategi ST mendorong diversifikasi produk gerabah dengan desain kontemporer yang menasar gaya hidup urban dan membangun jaringan distribusi mandiri berbasis koperasi komunitas. Strategi WO difokuskan pada revitalisasi Pasar Seni sebagai pusat interaksi budaya, penyusunan SOP antar lembaga desa wisata, serta pembangunan sistem insentif dan pelatihan berkelanjutan bagi pelaku usaha. Sedangkan strategi WT meliputi penataan ulang fasilitas publik, edukasi lingkungan bagi pengrajin terkait keberlanjutan tanah liat, dan akses pendanaan serta inkubasi bisnis untuk meningkatkan kapasitas pengrajin lokal.

Secara keseluruhan, Banyumulek memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata kreatif berbasis industri budaya yang tangguh. Kombinasi antara pelestarian teknik tradisional, penguatan infrastruktur, perbaikan strategi branding, dan pemberdayaan masyarakat lokal menjadi kunci utama dalam transformasi Banyumulek menuju destinasi yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan. Dengan implementasi strategi secara terpadu, Banyumulek tidak hanya mampu mempertahankan warisan budaya Sasak, tetapi juga mengadaptasinya ke dalam ekosistem pariwisata kreatif modern yang inklusif dan berdampak nyata secara ekonomi maupun sosial.

KESIMPULAN

Daya saing industri gerabah di Desa Wisata Banyumulek dipengaruhi oleh kekuatan seperti akses jalan yang memadai, atraksi budaya edukatif, teknik pembuatan tradisional suku Sasak, dan keterlibatan masyarakat yang luas. Di sisi lain, kelemahan seperti kondisi Pasar Seni yang tidak aktif, promosi digital yang belum optimal, dan rendahnya inovasi produk perlu segera ditangani. Peluang yang tersedia meliputi tren wisata edukatif, pengembangan identitas visual, dan digitalisasi promosi, sementara ancaman terbesar berupa penurunan jumlah wisatawan, eksploitasi bahan baku berlebihan, dan minimnya akses pendanaan. Strategi peningkatan daya saing dilakukan melalui pendekatan SWOT, di antaranya:

- 1) pengembangan paket wisata edukatif tematik dengan integrasi atraksi lokal;
- 2) diversifikasi produk dengan desain kontemporer dan pembentukan distribusi berbasis komunitas;
- 3) revitalisasi Pasar Seni sebagai ruang promosi budaya; serta
- 4) Edukasi lingkungan, perbaikan fasilitas publik, dan penguatan ekosistem bisnis melalui inkubasi dan pembiayaan. Seluruh strategi ini diarahkan untuk membentuk destinasi yang adaptif, berkarakter budaya, dan inklusif secara ekonomi.

SARAN

1. Pemerintah daerah disarankan memperkuat infrastruktur dan mendukung digitalisasi promosi.
2. Pelaku usaha dan pengelola gerabah perlu menjalin kemitraan strategis guna memperluas distribusi.
3. Masyarakat Banyumulek didorong untuk melakukan pendekatan inovatif agar generasi

muda terlibat aktif dalam pelestarian tradisi gerabah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azwar, A., Murianto, M., & Abdullah, A. (2024). Pengembangan Pariwisata dan Pelestarian Gerabah di Desa Wisata Banyumulek Lombok Barat. *Jurnal Riset Terapan Pariwisata*, 5(2), 112–128.
- [2] Butler, R. W. (2024). *Tourism Destination Development: The Tourism Area Life Cycle Model*. Tourism Geographies.
- [3] Iskandar, H. (2023). *Kajian Infrastruktur Pasca Gempa di Kawasan Wisata Lombok Barat*. Mataram: Universitas Mataram Press.
- [4] Jadesta Kemenparekraf. (2024). *Profil Desa Wisata Banyumulek*. Diakses dari <https://jadesta.kemenparekraf.go.id>
- [5] Mulyadi, S. (2022). Konektivitas Antar Desa dan Pengaruhnya terhadap Mobilitas Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengembangan Wilayah*, 10(1), 45–58.
- [6] Prasetya, L. R., Susilowati, D., & Syaifullah, Y. (2022). Analisa Tingkat Pendapatan Pengrajin Gerabah di Desa Banyumulek. *Jurnal of Economic and Social Empowerment*, 2(2), 137–145.
- [7] Rahmawati, D. (2020). *Kerajinan Gerabah dalam Perspektif Budaya Lokal*. Jakarta: Pustaka Budaya.
- [8] Rahmawati, T. (2024). Evaluasi Kerusakan Jalan dan Implikasinya terhadap Sektor Pariwisata. *Journal of Regional Infrastructure*, 8(2), 92–104.
- [9] Rahmania, S., Damayanti, S. P., & Murianto, M. (2024). Pengembangan Industri Kerajinan Gerabah di Desa Wisata Banyumulek. *Jurnal Riset Terapan Pariwisata*, 6(1), 12–25.
- [10] Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [11] Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. West Sussex: Wiley.
- [12] Setiawan, I., Ibrahim, I., & Isnaini, I. (2021). Peran Pasar Digital di Era Pandemi pada Wirausaha Muda di Banyumulek. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 3(2), 45–58.
- [13] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Yuniarti, R. (2024). *Eksistensi Kerajinan Gerabah sebagai Identitas Lokal*. Bandung: UPI Press.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN