JRT
Journal Of Responsible Tourism
Vol.6, No.2, Nopember 2026

Pengembangan Kain Tenun sebagai Produk Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Montong Ajan Lombok Tengah

Ahmad Tahajudin[1], Sri Susanty[2], Murianto[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
E-mail: [1]ahmadtahajudin99@gmail.com, [2]srisusantympar@gmail.com, [3]muriantompar@gmail.com

Article History:
Received: 13-09-2026
Revised: 06-10-2026
Accepted: 16-10-2026

Keywords: *woven fabric, creative economy, tourist attraction, SWOT analysis, Montong Ajan Tourism Village*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata serta merumuskan strategi pengembangannya di Desa Wisata Montong Ajan, Lombok Tengah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas penenun, kelompok pengrajin, Pokdarwis, dan aparatur desa yang dipilih menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman serta analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kain tenun memiliki potensi sebagai produk ekonomi kreatif karena memiliki nilai budaya, keunikan motif, dan nilai ekonomi bagi masyarakat. Selain itu, proses menenun tradisional berpotensi menjadi daya tarik wisata budaya dan edukasi. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi penguatan promosi digital, pengembangan wisata edukasi menenun, peningkatan inovasi produk, regenerasi penenun, serta penguatan kerja sama antara pemerintah, Pokdarwis, dan masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan kain tenun dapat mendukung pelestarian budaya sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat lokal.*

PENDAHULUAN

Kain tenun merupakan salah satu warisan budaya Nusantara yang memiliki nilai estetika, simbolik, sosial, dan ekonomi. Selain menjadi identitas budaya masyarakat, kain tenun juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif melalui pemanfaatan kreativitas, keterampilan, inovasi, dan kearifan lokal. Dalam konteks pariwisata, kain tenun tidak hanya berfungsi sebagai produk kerajinan tradisional, tetapi juga dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata budaya melalui proses produksi, keberagaman motif, serta nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Pengembangan tersebut sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian sosial budaya, dan keterlibatan masyarakat lokal, Sari et al., (2021); Refaldi & Albab, (2023); Sanuri, (2020); UNWTO, (2018).

Desa Wisata Montong Ajan, Kecamatan Praya Barat Daya, Kabupaten Lombok Tengah, merupakan salah satu desa yang masih mempertahankan tradisi menenun secara turun-temurun. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat setempat masih memproduksi berbagai motif kain tenun yang memiliki ciri khas budaya lokal. Aktivitas menenun tidak hanya menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, tetapi juga berperan sebagai sumber pendapatan keluarga dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif. Selain itu, proses pembuatan kain tenun yang masih dilakukan secara tradisional

memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata melalui kegiatan edukasi dan pengalaman langsung bagi wisatawan.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, pengembangan kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan masih menghadapi beberapa kendala, antara lain jumlah wisatawan yang relatif sedikit dan bersifat musiman, pemasaran produk yang masih bergantung pada pesanan masyarakat, keterbatasan inovasi produk, serta rendahnya minat generasi muda untuk meneruskan tradisi menenun. Selain itu, tata kelola wisata dan peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) belum berjalan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya belum dimanfaatkan secara maksimal.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kain tenun memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi yang dapat dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Sari et al. (2021) menunjukkan bahwa kain tenun memiliki nilai historis, sosial, dan ekonomi sebagai identitas budaya sehingga pengembangannya perlu tetap memperhatikan keaslian dan tradisi. Hidajat (2021) menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dapat meningkatkan nilai tambah melalui inovasi dan pengelolaan usaha yang lebih profesional. Rosyad et al. (2025) menemukan bahwa pengembangan usaha tenun masih menghadapi kendala pada aspek inovasi motif dan desain, manajemen usaha, serta pemasaran. Sementara itu, Irianto et al. (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi melalui media sosial dan platform daring dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk kerajinan tradisional.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu yang dikaji masih lebih banyak membahas kain tenun dari aspek budaya, ekonomi kreatif, atau pemasaran secara terpisah. Kajian yang mengintegrasikan potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif sekaligus daya tarik wisata budaya serta merumuskan strategi pengembangannya berdasarkan analisis SWOT dalam konteks desa wisata masih belum banyak ditemukan, khususnya di Desa Wisata Montong Ajan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji potensi kain tenun serta merumuskan strategi pengembangannya berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dimiliki desa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya serta merumuskan strategi pengembangannya berdasarkan analisis SWOT di Desa Wisata Montong Ajan, Kecamatan Praya Barat Daya, Kabupaten Lombok Tengah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), perajin tenun, dan pihak terkait dalam mengembangkan kain tenun sebagai produk unggulan yang mampu meningkatkan daya saing, memperkuat identitas budaya, serta mendukung pengembangan desa wisata berbasis budaya secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori pariwisata berkelanjutan dan teori ekonomi kreatif sebagai landasan konseptual dalam menganalisis potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya. Selain itu, analisis SWOT digunakan sebagai pendekatan strategis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan kain tenun serta merumuskan strategi pengembangannya di Desa Wisata Montong Ajan.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pengembangan pariwisata yang menekankan keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian sosial budaya, dan keberlanjutan lingkungan. Pengembangan pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga perlu memberikan manfaat bagi masyarakat lokal serta menjaga keberlangsungan sumber daya budaya dan lingkungan dalam jangka panjang UNWTO, (2018).

Dalam penelitian ini, konsep pariwisata berkelanjutan digunakan untuk menganalisis pengembangan kain tenun sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Wisata Montong Ajan. Kain tenun tidak hanya memiliki nilai ekonomi sebagai produk kerajinan, tetapi juga memiliki nilai budaya yang menjadi bagian dari identitas masyarakat lokal. Oleh karena itu, pengembangan kain tenun sebagai daya tarik wisata perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan nilai budaya, melibatkan masyarakat lokal, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Dengan demikian, pengembangan kain tenun dapat mendukung pengembangan Desa Wisata Montong Ajan secara berkelanjutan.

Dengan demikian, pengembangan kain tenun sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Wisata Montong Ajan tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pelestarian budaya lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, inovasi, dan potensi budaya lokal untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah. Dalam konteks penelitian ini, kain tenun merupakan produk yang berbasis pada kreativitas dan kearifan lokal serta memiliki nilai budaya dan ekonomi. Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui inovasi produk, diversifikasi desain, peningkatan kualitas, dan penguatan pemasaran sehingga produk kain tenun memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi di pasar. (Refaldi & Albab, 2023; Sanuri, 2020).

Kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif karena tidak hanya memiliki nilai budaya, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat. Pengembangan kain tenun melalui inovasi produk dan pengelolaan usaha yang lebih baik dapat memperluas peluang pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Pengembangan potensi lokal melalui kreativitas dan inovasi juga dapat meningkatkan nilai tambah produk serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat (Hidajat, 2021). Dengan demikian, konsep ekonomi kreatif digunakan sebagai landasan untuk menganalisis potensi kain tenun sebagai produk unggulan yang dapat mendukung peningkatan perekonomian masyarakat.

Analisis SWOT sebagai Alat Analisis Strategi

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan. Faktor internal terdiri atas kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

Dalam penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi potensi dan

permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata. Faktor internal meliputi keunikan motif, keterampilan penenun, inovasi produk, pemasaran, dan sumber daya manusia. Adapun faktor eksternal meliputi peluang pengembangan wisata budaya, pemanfaatan media digital, dukungan pemerintah, persaingan produk, serta minat generasi muda terhadap kegiatan menenun.

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan melalui strategi SO (*Strengths–Opportunities*), WO (*Weaknesses–Opportunities*), ST (*Strengths–Threats*), dan WT (*Weaknesses–Threats*) yang disesuaikan dengan kondisi dan potensi Desa Wisata Montong Ajan.

METODE PENELITIAN

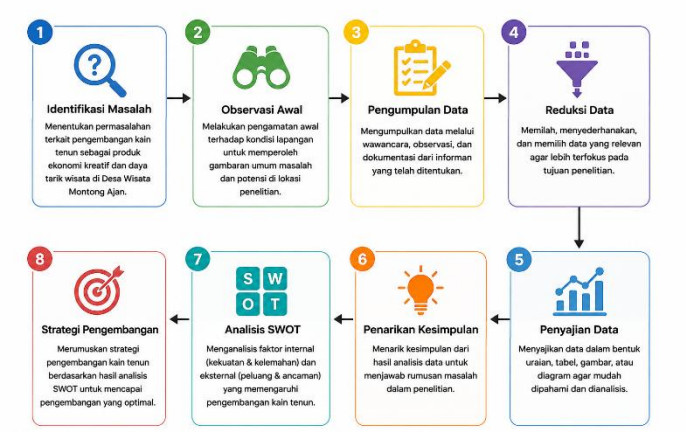
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai potensi kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya serta strategi pengembangannya di Desa Wisata Montong Ajan. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan kondisi nyata melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi Sinaga, (2023).

Penelitian dilaksanakan di Desa Wisata Montong Ajan, Kecamatan Praya Barat Daya, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lokasi penelitian dipilih secara purposif karena desa tersebut masih mempertahankan tradisi menenun dan memiliki potensi pengembangan kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif sekaligus daya tarik wisata budaya.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan keterlibatan dan pengetahuan terhadap objek penelitian Julianto, (2021). Informan terdiri atas 10 penenun, 2 anggota kelompok pengrajin, 2 anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan 1 aparatur desa, sehingga jumlah keseluruhan informan sebanyak 15 orang. Informan tersebut dipilih karena memiliki pemahaman dan keterlibatan dalam proses produksi, pemasaran, pengelolaan, serta kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas menenun dan kondisi pengembangan wisata budaya. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam dari para informan mengenai potensi, kendala, dan strategi pengembangan kain tenun, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Gambar 1. Tahapan Penelitian



Sumber: Gambar Tahapan Penelitian 2026

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis dilakukan secara berulang sejak tahap pengumpulan data hingga diperoleh informasi yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian.

Selanjutnya, hasil analisis data digunakan sebagai dasar dalam analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata yang sesuai dengan kondisi Desa Wisata Montong Ajan.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari penenun, kelompok pengrajin, Pokdarwis, dan aparatur desa. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Kain Tenun sebagai Produk Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif sekaligus daya tarik wisata budaya. Potensi tersebut terlihat dari tradisi menenun yang masih dipertahankan oleh masyarakat, keterampilan penenun, keberagaman motif, serta nilai budaya dan ekonomi yang terkandung dalam kain tenun. Beberapa motif yang masih dikenal dan diproduksi oleh masyarakat antara lain Kembang Komak, Sri Menanti, Sabuk atau Ikat Pinggang, Kemalu, dan Bintang Kejora. Keberadaan motif-motif tersebut menjadi bagian dari identitas budaya lokal yang membedakan kain tenun Desa Wisata Montong Ajan dari produk tekstil lainnya.

Kegiatan menenun tidak hanya berfungsi sebagai upaya mempertahankan warisan budaya, tetapi juga memiliki nilai ekonomi bagi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, kain tenun dapat dijual kepada masyarakat dan wisatawan sehingga menjadi salah satu sumber pendapatan bagi penenun. Proses produksinya yang mengandalkan keterampilan dan kreativitas masyarakat menunjukkan bahwa kain tenun memiliki karakteristik sebagai produk ekonomi kreatif. Nilai tambah kain tenun tidak hanya terletak pada hasil akhirnya, tetapi juga pada keunikan motif, keterampilan pembuatannya, serta nilai budaya yang

melekat pada produk tersebut.

Gambar 2. Aktivitas Penenun

Kain Tenun di Desa Wisata Montong Ajan



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2026

Dalam perspektif ekonomi kreatif, kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan memiliki potensi untuk dikembangkan melalui peningkatan kreativitas, inovasi, dan pengembangan produk. Keberadaan motif tradisional menjadi modal budaya yang dapat dipertahankan sekaligus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pengembangan kain tenun dapat diarahkan pada peningkatan kualitas produk, pengembangan desain, diversifikasi produk, serta penguatan pemasaran agar nilai ekonomi produk semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk masyarakat Refaldi & Albab, (2023); Sanuri, (2020).

Selain sebagai produk ekonomi kreatif, kain tenun juga memiliki potensi sebagai daya tarik wisata budaya. Proses pembuatan kain yang masih dilakukan secara tradisional dapat dikembangkan menjadi pengalaman wisata edukatif. Wisatawan tidak hanya dapat membeli hasil kain tenun, tetapi juga dapat melihat proses pembuatannya, mengenal teknik menenun, memahami keberagaman motif, serta memperoleh pengetahuan mengenai nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian, aktivitas menenun dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata yang menggabungkan unsur budaya, edukasi, dan pengalaman wisata.

Pengembangan aktivitas menenun sebagai daya tarik wisata juga dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penghasil produk, tetapi juga dapat menjadi pelaku utama dalam penyediaan pengalaman wisata berbasis budaya. Kondisi tersebut sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang menekankan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, pelestarian budaya, dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata UNWTO, (2018).

Tabel 1. Potensi Kain Tenun sebagai Produk Ekonomi Kreatif dan Daya Tarik Wisata

Aspek	Hasil Penelitian
1. Produk ekonomi kreatif	Kegiatan menenun masih dilakukan secara aktif oleh masyarakat dan menjadi sumber pendapatan tambahan keluarga.

2. Nilai budaya 3. Daya tarik wisata 4. Nilai ekonomi	Memiliki berbagai motif khas yang menjadi identitas budaya lokal serta diwariskan secara turun-temurun. Proses menenun secara tradisional menjadi atraksi wisata budaya yang menarik wisatawan. Kain tenun memiliki nilai jual sebagai produk kerajinan dan cendera mata khas Desa Wisata Montong Ajan.

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Kain tenun juga memiliki potensi sebagai daya tarik wisata budaya. Wisatawan tidak hanya membeli kain tenun sebagai cendera mata, tetapi juga tertarik menyaksikan secara langsung proses pembuatan kain menggunakan alat tenun tradisional. Aktivitas tersebut memberikan pengalaman edukatif mengenai budaya lokal sehingga memperkuat daya tarik Desa Wisata Montong Ajan sebagai destinasi wisata budaya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori ekonomi kreatif yang menyatakan bahwa kreativitas, keterampilan, dan warisan budaya mampu menciptakan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat. Selain itu, teori pariwisata budaya menjelaskan bahwa budaya lokal dapat menjadi atraksi wisata yang memberikan pengalaman autentik kepada wisatawan sekaligus mendukung pelestarian budaya.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Kain Tenun

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan sejumlah faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan. Faktor internal terdiri atas kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang dan ancaman. Identifikasi faktor-faktor tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya

Faktor Internal	
***Strengths* (Kekuatan)**	***Weaknesses* (Kelemahan)**
1. Motif kain tenun masih memiliki ciri khas budaya lokal 2. Proses menenun masih menggunakan cara tradisional 3. Kain tenun masih diproduksi oleh masyarakat 4. Kegiatan menenun masih mempertahankan budaya lokal 5. Jenis kain tenun masih mempertahankan motif tradisional	1. Jumlah wisatawan masih sedikit dan bersifat musiman 2. Pemasaran masih menunggu pesanan masyarakat 3. Penenun lebih banyak usia lanjut 4. Generasi muda masih kurang tertarik menenun 5. Pengelolaan dan tata kelola wisata masih kurang 6. Kinerja Pokdarwis belum berjalan optimal 7. Produksi masih menggunakan alat tradisional (gedogan) 8. Inovasi produk masih terbatas pada kain tradisional biasa
Faktor Eksternal	
***Opportunities* (Peluang)**	***Threats* (Ancaman)**
1. Perkembangan wisata budaya dan desa wisata	1. Persaingan dengan produk tenun modern

2. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi 3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM dan desa wisata 4. Potensi pengembangan wisata edukasi menenun 5. Minat wisatawan terhadap budaya lokal	2. Minat generasi muda terhadap menenun menurun 3. Perubahan tren pasar terhadap produk modern 4. Berkurangnya pelestarian budaya lokal 5. Produk tradisional kurang diminati pasar modern 6. Kain tenun tradisional kalah bersaing dari segi model 7. Produk pabrikan lebih mudah diperoleh dan murah

Sumber: Hasil Penelitian, 2026

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa kekuatan utama kain tenun terletak pada keunikan motif, proses produksi tradisional, keberlanjutan kegiatan menenun, dan nilai budaya yang masih dipertahankan. Kekuatan tersebut menjadi modal penting dalam pengembangan kain tenun sebagai produk ekonomi kreatif sekaligus daya tarik wisata budaya. Proses produksi tradisional juga memiliki nilai pengalaman yang dapat dikembangkan menjadi wisata edukasi.

Di sisi lain, kelemahan yang ditemukan menunjukkan bahwa pengembangan kain tenun masih menghadapi beberapa kendala. Keterbatasan inovasi produk, pemasaran yang masih bergantung pada pesanan, rendahnya pemanfaatan media digital, serta lemahnya regenerasi penenun dapat menghambat perkembangan kain tenun dalam jangka panjang. Selain itu, pengelolaan wisata dan peran Pokdarwis yang belum optimal menyebabkan potensi aktivitas menenun sebagai atraksi wisata belum dapat dikembangkan secara maksimal.

Dari sisi eksternal, perkembangan desa wisata, meningkatnya peluang wisata budaya, dukungan pemerintah, pemanfaatan media sosial, dan minat wisatawan terhadap budaya lokal merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan. Namun, kain tenun juga menghadapi ancaman berupa persaingan produk modern, perubahan tren pasar, produk pabrikan yang lebih murah, serta menurunnya minat generasi muda terhadap kegiatan menenun. Oleh karena itu, strategi pengembangan perlu disusun dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang sekaligus mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman yang ada. Faktor-faktor tersebut sesuai dengan hasil identifikasi dalam skripsi final Anda.

Strategi Pengembangan Kain Tenun Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, strategi pengembangan kain tenun dirumuskan melalui analisis SWOT. Strategi tersebut meliputi strategi SO, WO, ST, dan WT.

Faktor Internal **Faktor Eksternal**	**STRENGTHS (S)**	**WEAKNESS (W)**
OPPORTUNITIESS (O)	**STRENGTHS OPPORTUNITIESS (SO)** 1. Mengembangkan wisata edukasi menenun berbasis budaya lokal 2. Memanfaatkan media sosial untuk promosi kain tenun	**WEAKNESS OPPORTUNITIESS (WO)** 1. Mengadakan pelatihan pemasaran digital bagi masyarakat 2. Meningkatkan pelatihan inovasi produk tenun

	tradisional 3. Memperkenalkan proses menenun tradisional sebagai daya tarik wisata 4. Memanfaatkan ciri khas motif tradisional sebagai identitas desa wisata	3. Mengaktifkan kembali peran Pokdarwis dalam pengembangan wisata 4. Mendorong generasi muda ikut pelatihan menenun
THREATS (T)	**STRENGTHS THREATS (ST)** 1. Mempertahankan keaslian motif dan budaya menenun tradisional 2. Meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing 3. Mengembangkan promosi budaya lokal untuk menghadapi persaingan daerah lain 4. Menjadikan proses menenun tradisional sebagai ciri khas desa	**WEAKNESS THREATS (WT)** 1. Meningkatkan pembinaan dan regenerasi penenun muda 2. Mengembangkan kerja sama promosi dengan pemerintah dan desa wisata 3. Meningkatkan pengelolaan wisata dan pemasaran produk 4. Mengembangkan variasi produk agar tidak kalah dengan produk modern

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Strategi SO

Strategi SO dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal. Keunikan motif, nilai budaya, dan proses menenun yang masih dilakukan secara tradisional dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan wisata edukasi menenun. Wisatawan dapat diberikan pengalaman untuk melihat proses pembuatan kain, mengenal motif, serta mempelajari nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Selain itu, pemanfaatan media sosial dapat dilakukan untuk mempromosikan kain tenun dan aktivitas wisata berbasis tenun. Promosi digital dapat memperluas jangkauan informasi mengenai produk dan potensi wisata Desa Wisata Montong Ajan. Dengan demikian, kekuatan budaya lokal dapat dihubungkan dengan peluang perkembangan ekonomi kreatif dan pariwisata budaya.

Strategi WO

Strategi WO diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. Keterbatasan inovasi produk dapat diatasi melalui pengembangan produk turunan dan diversifikasi produk berbahan kain tenun. Pengembangan tersebut dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan identitas budaya lokal, tetapi menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan selera pasar.

Keterbatasan promosi juga dapat diatasi melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain itu, pelatihan bagi penenun, generasi muda, dan kelompok pengelola wisata perlu dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dalam produksi, inovasi, pengemasan, pemasaran, dan pengelolaan wisata. Strategi ini penting agar peluang pengembangan ekonomi kreatif dan wisata budaya dapat dimanfaatkan secara lebih optimal.

Strategi ST

Strategi ST dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk

menghadapi ancaman eksternal. Keunikan motif, nilai budaya, dan proses produksi tradisional dapat dijadikan keunggulan pembeda dalam menghadapi persaingan dengan produk tenun modern dan produk pabrikan. Kain tenun Desa Wisata Montong Ajan perlu diposisikan sebagai produk yang memiliki nilai budaya dan keaslian, bukan hanya sebagai produk tekstil.

Dengan menonjolkan cerita budaya, keunikan motif, proses pembuatan, dan keterampilan penenun, kain tenun memiliki nilai tambah yang tidak dimiliki oleh produk pabrikan. Strategi ini dapat memperkuat identitas produk sekaligus meningkatkan daya saing kain tenun di tengah perubahan tren pasar.

Strategi WT

Strategi WT diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal sekaligus menghadapi ancaman eksternal. Rendahnya minat generasi muda terhadap kegiatan menenun perlu diatasi melalui program regenerasi, pelatihan, dan pengenalan kegiatan menenun sebagai bagian dari ekonomi kreatif dan pariwisata budaya.

Selain itu, keterbatasan inovasi dan pemasaran perlu diatasi melalui peningkatan kemampuan masyarakat dalam pengembangan produk dan promosi digital. Kolaborasi antara pemerintah desa, Pokdarwis, kelompok pengrajin, penenun, dan masyarakat menjadi penting dalam mendukung pelatihan, pendampingan usaha, promosi, serta pengembangan wisata edukasi menenun. Strategi tersebut diperlukan agar kelemahan internal tidak semakin memperbesar ancaman terhadap keberlanjutan kain tenun.

Arah Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, arah pengembangan kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan perlu dilakukan secara terpadu melalui promosi digital, inovasi produk, pengembangan wisata edukasi menenun, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan kolaborasi antar-stakeholder.

Pengembangan promosi digital diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk kain tenun kepada masyarakat yang lebih luas. Inovasi produk diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah dan menyesuaikan produk dengan perkembangan kebutuhan konsumen. Sementara itu, pengembangan wisata edukasi menenun dapat menjadikan proses produksi sebagai pengalaman wisata yang memberikan manfaat ekonomi sekaligus mendukung pelestarian budaya.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan, khususnya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam produksi, inovasi, pemasaran, dan pengelolaan wisata. Strategi tersebut perlu didukung oleh kolaborasi antara pemerintah desa, Pokdarwis, kelompok pengrajin, penenun, dan masyarakat.

Dengan demikian, strategi pengembangan kain tenun tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan penjualan produk, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman wisata berbasis budaya dan memperkuat keterlibatan masyarakat. Pendekatan tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi, menjaga keberlanjutan tradisi menenun, dan memperkuat posisi Desa Wisata Montong Ajan sebagai destinasi wisata budaya yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian budaya, dan keterlibatan masyarakat lokal (UNWTO, 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kain tenun di Desa Wisata Montong Ajan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif dan daya tarik wisata budaya. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan tradisi menenun yang masih dipertahankan oleh masyarakat, keterampilan penenun, keberagaman motif, serta nilai budaya dan ekonomi yang terkandung dalam kain tenun. Kain tenun tidak hanya berperan sebagai produk kerajinan yang memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata melalui kegiatan wisata edukasi menenun. Wisatawan dapat memperoleh pengalaman dengan melihat proses pembuatan kain tenun serta memahami nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Berdasarkan analisis SWOT, strategi pengembangan kain tenun diarahkan pada pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta pengurangan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Strategi yang dapat dilakukan meliputi penguatan promosi digital, inovasi dan diversifikasi produk, pengembangan wisata edukasi menenun, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, regenerasi penenun, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah, Pokdarwis, kelompok pengrajin, dan masyarakat. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi kain tenun, memperluas pemasaran, melestarikan budaya lokal, dan memperkuat peran kain tenun sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Wisata Montong Ajan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Wisata Montong Ajan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), para pengrajin kain tenun, serta seluruh informan yang telah bersedia memberikan informasi dan membantu proses pengumpulan data selama penelitian berlangsung. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan semua pihak yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan sehingga penelitian dan penyusunan artikel jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

[1]Hidajat, R. (2021). Implikasi Tata Kelola Produksi terhadap Kualitas pada Gerabah Desa Pagelaran Kabupaten Malang Jawa Timur. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, *36*(3), 396–404.

[2]Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., & Sofyana, S. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan online di Desa Tengklik. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, *1*(2), 60.

[3]Julianto, P. (2021). Tinjauan Implementasi Pengelolaan Dana Desa Dikecamatan Sitinjau Laut Berdasarkan Peraturan Bupati Kerinci No 21 Tahun 2019. *Qawwam: The Leader's Writing*, *2*(1), 64–74.

[4]Kamil, H., Kharisma, E., Churiyah, J., Likhidma, A., Nikmah, I. N. K., & Al-Kahfi, M. S. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia Kerajinan Tangan Melalui Pelatihan

dalam Upaya Meningkatkan UMKM. *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *1*(2), 123–136.

[5]Nurcahyo, F. W. (2023). Penafsiran Konsep Konten Youtube sebagai Bentuk Aset yang Bisa Diikat oleh Fidusia Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Mu'amalah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *2*(2), 277–296.

[6]Refaldi, N., & Albab, U. (2023). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN PENGRAJIN TALI TENUN PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, *2*(2), 59–70.

[7]Rosyad, N., Hidayat, S. R., Rudianto, M., Santoso, R. E., & Purnomo, R. A. (2025). Diversifikasi Produk dengan Pengembangan Motif Tenun Ikat pada UMKM Griya Tenun Lajer Grobogan. *Aksiologiya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *9*(3), 309–321.

[8]Sanuri, S. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal masyarakat dengan pendekatan outcome mapping. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, *7*(2), 101–114.

[9]Sari, W. P., Ie, M. I. M., & Tunjungsari, H. K. (2021). Factors shaping brand awareness of Sumba weaving products in a phenomenological perspective. *Jurnal Komunikasi*, *13*(2), 302–313.

[10]Sinaga, D. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*. UKI press.

[11]United Nations World Tourism Organization. (2018). *Sustainable tourism development*. UNWTO.

[12]Yuliaty, T. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*.