



TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata

ISSN: 2720-9873

Available Online at <https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index>

Vol. 4, No. 1 Juni 2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.272098/tulip.4.1.45-50.2021>

STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA KOTA TUA AMPENAN KOTA MATARAM

Rizal Kurniansah¹, Triony Septia Susana SP², Srilian Laxmiwaty³

1,2. Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

3. Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo

Email; rizalkurniansah@gmail.com, sarahelsan33@gmail.com, lyanlaxmiwaty@umgo.ac.id

Info Artikel **Abstract:**

Diterima:
2021-09-06

Disetujui:
2021-09-08

The purpose of this study is to describe the strategy of developing a tourist attraction in the old town of Ampenan, Mataram. This type of research is qualitative research, data collection methods are observation, interviews, literature study, and documentation. The data analysis used in this research is SWOT analysis. Based on the results of the research conducted, the following strategies are produced: SO (Strength Opportunities) strategy, namely community empowerment through training, utilizing technological advances in marketing Ampenan Old Town, increasing collaboration with travel agencies and making more tour packages to Ampenan Old Town. The WO (Weakness Opportunities) strategy is: developing and managing supporting facilities in the tourist attraction of the old city of Ampenan, conducting promotions in collaboration with stakeholders, making attractive tour packages. The ST (Strength Threat) strategy is: making special rules/policies in the development of ampenan old town, working with related agencies in tackling environmental damage,. The WT (Weakness Threat) strategy is: conducting outreach to the local community, increasing supervision of tourism activities, maximizing the tourism development budget through cooperation.

Keywords: *Development, Old Town, Ampenan*

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan strategi pengembangan daya tarik wisata kota tua ampenan kota mataram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut: Strategi SO (*Strength Opportunities*) yaitu pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam memasarkan Kota Tua Ampenan, meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan dan membuat lebih banyak paket wisata ke kota tua ampenan. Strategi WO (*Weakness Opportunities*) yaitu: mengembangkan dan menata sarana pendukung di daya tarik wisata kota tua ampenan, melakukan promosi dengan bekerjasama dengan *stakeholders*, membuat paket wisata yang menarik. Strategi ST (*Strength Threat*) yaitu: membuat aturan /kebijakan khusus dalam pengembangan kota tua ampenan, bekerja sama dengan dinas-dinas terkait dalam menanggulangi kerusakan lingkungan,. Strategi WT (*Weakness Threat*) yaitu: melakukan penyuluhan kepada masyarakat setempat, peningkatan

pengawasan terhadap aktivitas wisata, memaksimalkan anggaran pengembangan pariwisata melalui kerjasama.

Kata Kunci: *Pengembangan, Kota Tua, Ampenan*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah fenomena perjalanan manusia antar suatu wilayah, maupun Negara yang telah menjadi trend bahkan gaya hidup bagi masyarakat dunia saat ini. Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan untuk menikmati suatu daya tarik wisata seperti keunikan alam, seni dan budaya di suatu daerah destinasi wisata. Di Indonesia sendiri telah banyak daerah mengembangkan daya tarik wisata, salah satunya adalah Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Kota Mataram merupakan ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kota ini memiliki jumlah penduduk yaitu 222.596 orang, serta memiliki luas wilayah yaitu 61.30 km² (6.130 Ha), (Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2019), kota Mataram juga memiliki daya tarik wisata potensial untuk dikembangkan seperti tempat-tempat berbelanja, berbagai macam kuliner, taman kota, budaya, kesenian, dan pantai yang indah, (Kurniansah & Rosida, 2019). Salah satu daya Tarik wisata Kota Mataram yang telah banyak dikenal oleh masyarakat di Nusa Tenggara Barat adalah Kota Tua Ampenan.

Kota Tua Ampenan memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi seperti deretan rumah-rumah tua yang bersejarah, menikmati beragam kuliner khas tradisional Lombok, serta daya Tarik pantai yang sangat indah. Kota Tua Ampenan telah menjadi salah satu ikon pariwisata di Kota Mataram, hanya saja, dalam perkembangannya daya tarik wisata ini perlu adanya peran bersama antar stakeholders pariwisata di Kota Mataram, karena dari kondisi yang terlihat di lokasi Kota Tua

Ampenan, pengembangan belum berjalan secara optimal bahkan cenderung semakin menurun, seperti masih banyaknya sampah-sampah berserakan, kondisi bangunan tua yang beralih fungsi menjadi toko toko modern, serta kondisi daya tarik wisata yang kurang terawat.

Pada Pada fase pengembangan Kota Tua Ampenan, perlu adanya strategi pengembangan lebih lanjut untuk menjadikan Kota Tua Ampenan lebih baik dan banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan domestic maupun mancanegara.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode pengumpulan data yaitu observasi (pengamatan langsung), wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif dan Analisis SWOT (Hadi et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengamatan maupun survey (penelitian) langsung ke lokasi penelitian ditemukan bahwa daya tarik wisata kota tua ampenan masuk pada fase *decline* (penurunan) menurut pendapat Menurut Butler, (Bambar & Anom, 2016; Sari et al., 2018) pada fase ini wisatawan tertarik dengan destinasi lain yang baru. Fasilitas pariwisata digantikan oleh fasilitas non pariwisata. Atraksi wisatawan menjadi semakin kurang menarik dan fasilitas pariwisata menjadi kurang bermanfaat. Keterlibatan masyarakat lokal mungkin meningkat seiring dengan penurunan pasar wisatawan. Daerah destinasi menjadi terdegradasi kualitasnya, kumuh dan fasilitasnya tidak berfungsi sebagaimana

mestinya sebagai penunjang aktivitas pariwisata pada fase ini wisatawan tertarik dengan destinasi lain yang baru. Fasilitas pariwisata digantikan oleh fasilitas non pariwisata, atraksi wisata menjadi semakin kurang menarik dan fasilitas pariwisata menjadi kurang bermanfaat. Keterlibatan masyarakat lokal mungkin meningkat seiring dengan penurunan pasar wisatawan. Daerah destinasi menjadi terdegradasi kualitasnya, kumuh dan fasilitasnya tidak berfungsi

sebagaimana mestinya sebagai penunjang aktivitas pariwisata.

Berdasarkan pendekatan analisis SWOT, maka ditentukan isu pokok dari masing-masing faktor. Isu pokok ditentukan berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan yang selanjutnya akan dirumuskan strategi-strategi yang digunakan dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Tua Ampenan. Hasil pembahasan tersebut terlihat dalam matrik berikut:

Matrik Analisis SWOT Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Tua Ampenan Kota Mataram

IFAS EFAS	<p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tarik Wisata Yang Beragam 2. Berlokasi di Ibu Kota Provinsi Yaitu Kota Mataram 3. Ketersediaan Sarana Pendukung Pariwisata 	<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang Optimalnya Peran Pemerintah. 2. Kurang Optimalnya Promosi Wisata 3. Minimnya Paket Perjalan Wisata (<i>Tour Package</i>) Ke Kota Tua Ampenan
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan ekonomi masyarakat 2. Kemajuan teknologi 3. Jumlah Biro Perjalanan Wisata di Kota Mataram Paling Banyak di NTB 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan 2. Menfaatkan kemajuan teknologi dalam memasarkan Kota Tua Ampenan. 3. Meningkatkan Kerjasama dengan biro perjalanan dan membuat lebih banyak paket wisata ke Kota Tua Ampenan 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan dan menata sarana pendukung di daya tarik wisata Kota Tua Ampenan 2. Melakukan promosi dengan bekerjasama dengan <i>stakeholders</i> 3. Membuat paket wisata yang menarik
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman kerusakan lingkungan 2. Ancaman terhadap keamanan 3. Perubahan Fasade Dan Fungsi Bangunan Bersejarah 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Membuat aturan /kebijakan khusus dalam pengembangan Kota Tua Ampenan. b. Bekerja sama dengan dinas-dinas terkait dalam menanggulangi kerusakan lingkungan 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penyuluhan kepada masyarakat setempat 2. Peningkatan pengawasan terhadap aktivitas wisata. 3. Memaksimalkan Anggaran Pengembangan Pariwisata melalui Kerjasama

Sumber: Hasil Analisis Data Penelitian, 2020.

Program-program yang dapat dirumuskan dari setiap strategi sebagaimana yang terlihat pada table diatas dan dikaitkan dengan hasil wawancara yang mendalam dengan pihak pemerintah, swasta, dan tokoh masyarakat, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength- Opportuniti*)

Strategi SO (*Strength- Opportuniti*) merupakan strategi yang menggunakan

seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang, menghasilkan:

a. pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan

Strategi pemberdayaan ini dapat dilakukan melalui pembinaan dan penyuluhan dengan melibatkan instansi terkait baik Dinas Pariwisata maupun Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. Pemberdayaan masyarakat yang

berkerjasama dengan instansi dan pengurus desa di daya tarik wisata masing-masing serta lembaga keuangan yang dapat memberi kredit atau modal investasi. Pelatihan yang dapat diberikan kepada masyarakat antara lain membuat cendra mata dan kuliner khas Kota Mataram.

b. Menfaatkan kemajuan teknologi dalam memasarkan Kota Tua Ampenan

Strategi memanfaatkan kemajuan teknologi dalam memasarkan Kota Tua Ampenan dapat dilakukan melalui Koordinasi dan kerjasama dengan mitra kepariwisataan untuk meningkatkan daya dukung sarana wisata (PHRI, ASITA, HPI, HIPHI, Asosiasi profesi, INCA AHM dan lain Sebagainya) serta kerjasama promosi pariwisata bersama Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Kota Mataram untuk terus meningkatkan Promosi pariwisata melalui media cetak, media elektronik; laflet/brosur, website dan keikutsertaan dalam pameran promosi pariwisata di Indonesia maupun mancanegara.

c. meningkatkan kerjasama dengan biro perjalanan dan membuat lebih banyak paket wisata ke kota tua ampenan

Strategi selanjutnya untuk pengembangan daya tarik wisata Kota Tua Ampenan yaitu pemerintah meningkatkan Kerjasama dengan Biro-biro perjalanan wisata yang ada di Kota Mataram. Dengan jumlah 223 biro perjalanan wisata tersebut diatas menjadi peluang tersendiri bagi kota mataram untuk mempromosikan tempat-tempat wisata di Kota Mataram khususnya Kota Tua Ampenan agar lebih dikenal oleh banyak wisatawan. Serta membuat paket-paket wisata untuk berkunjung di kota-kota di Mataram khususnya daya tarik wisata Kota Tua Ampenan.

2. Strategi WO (*Weakness- Opportuniti*)

Strategi WO (*Weakness- Opportuniti*) merupakan strategi yang memanfaatkan peluang dengan meminimalkan kelemahan, menghasilkan:

a. pengembangan dan menata sarana pendukung di daya tarik wisata kota tua ampenan

Strategi pengembangan sarana pendukung di daya tarik wisata Kota Tua Ampenan ini dapat dilakukan kajian mengenai kebutuhan wisatawan terutama fasilitas umum seperti sarana toilet, pos informasi, keamanan, sarana parkir, tempat berteduh di musim hujan, tempat sampah, sarana pengolahan limbah. Selain itu perlunya menata lagi sarana pendukung daya tarik wisata Kota Tua Ampenan agar terlihat bagus dan bersih. Sarana prasarana yang ada tersebut untuk meningkatkan kepuasan pengunjung/wisatawan selama berkunjung di Kota Tua Ampenan.

b. melakukan promosi dengan bekerjasama dengan *stakeholders*

Strategi promosi yang melibatkan semua pemangku kepentingan yang difasilitasi oleh pemerintah Kota Mataram (Dinas Pariwisata) akan mempermudah dan meringankan semua unsur. Kegiatan *event* besar yang berskala local, nasional maupun internasional harus melibatkan semua pelaku usaha wisata seperti perhotelan, travel agent, organisasi profesi kepariwisataan, media (cetak/elektronik) dan LSM. Pemerintah Kota Mataram (Dispar) dapat menyisihkan anggaran untuk melakukan promosi yang melibatkan semua *stakeholders*.

c. membuat paket wisata yang menarik

Strategi membuat paket wisata yang menarik tentu harus bekerja sama dengan para biro perjalanan di Kota Mataram, karena luas kota mataram tidak lebih dari 61,3 km² tentu wisatawan hanya butuh lebih waktu kurang 2 hari untuk mengunjungi seluruh daya tarik wisata di Kota Mataram. Untuk meningkatkan tingkat hunian wisatawan di Kota Mataram, perlu ditambah destinasi wisata lainnya yang ada di Kota lain dalam paket wisata yang akan dijual agar waktu yang

dibutuhkan lebih lama bagi para wisatawan untuk mengunjungi seluruh destinasi tersebut.

Selain itu, membuat paket-paket menarik lainnya dengan melihat trend kekinian seperti paket kunjungan ke daya tarik Kota Mataram dengan bersepeda atau menggunakan kendaraan khusus lainnya.

3. Strategi ST (*Strength- Threat*)

Strategi ST (*Strength- Threat*) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yaitu dengan cara:

a. membuat aturan /kebijakan khusus tentang pengembangan kota tua ampenan.

Dengan memperhatikan keadaan dan kondisi di daya tarik wisata Kota Tua Ampenan dimana kondisi pantai yang kotor dan kondisi fasilitas pendukung pariwisata yang kurang memadai. Maka diperlukan penegasan peraturan-peraturan yang sudah ada seperti Undang-Undang kepariwisataan No 10 tahun 2009 dan PP No 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun (Ripparnas) Tahun 2010-2025, Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 7 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata, serta Rencana Strategis (Renstra) 2016-2021. Daya tarik wisata Kota Tua Ampenan masih membutuhkan perhatian dari pemerintah dan menerapkan aturan-aturan yang dapat mendukung pengembangan di setiap daya tarik wisata Kota Tua Ampenan sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan seperti perda Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah. Dengan membuat aturan dan kebijakan tersebut tentu untuk memaksimalkan peran pemerintah dalam mengembangkan daya tarik wisata Kota Tua Ampenan.

b. bekerja sama dengan dinas-dinas terkait dalam menanggulangi kerusakan lingkungan.

Strategi bekerja sama dengan dinas-dinas terkait dalam menanggulangi kerusakan lingkungan perlu dilakukan agar pengelolaan daya tarik wisata Kota Tua Ampenan dapat berjalan dengan maksimal. Dinas pariwisata Mataram bisa bekerja sama dengan dinas kebersihan kota Mataram dan Dinas Lingkungan Hidup Kota Mataram dalam menangani sampah dan lingkungan di Kota Tua Ampenan. Selain itu, diperlukan juga bekerja sama dengan Bank Sampah NTB dalam mendaur ulang sampah plastic yang ada. Pemerintah dapat mengajak peran aktif masyarakat setempat dalam menjaga lingkungan agar lingkungan di Kota Tua Ampenan bersih dan rapi.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT (*Weakness-Threat*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, menghasilkan:

a. melakukan penyuluhan kepada masyarakat setempat

Strategi untuk melakukan penyuluhan kepada masyarakat setempat yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Mataram (Dispar) dengan memberi pemahaman tentang potensi pariwisata dan keuntungan yang didapat oleh masyarakat serta konsep pengembangan daya tarik wisata Kota Tua Ampenan. Penyuluhan yang dilakukan dapat memberi pemahaman kepada masyarakat tentang sapta pesona dan arti penting pengembangan destinasi pariwisata serta memberikan pemahaman kepada masyarakat terhadap nilai penting akan bangunan bersejarah agar tidak merubah ciri khas bangunan tersebut ke yang lebih modern.

b. peningkatan pengawasan terhadap kegiatan wisata

Strategi peningkatan pengawasan terhadap kegiatan wisata. Keamanan dan kenyamanan wisatawan terhadap aktivitas pariwisata dapat memberikan kesan positif dari tempat wisata yang mereka kunjungi, dan

akhirnya wisatawan berkeinginan untuk berkunjung lagi ke tempat tersebut. Kepuasan wisatawan terhadap sarana dan prasarana maupun keamanan di destinasi pariwisata dapat memberikan citra yang positif. Pihak pemerintah perlu melakukan pengontrolan secara rutin dengan membentuk pengamanan untuk menjaga agar aktivitas wisata tetap berjalan lancar.

c. Memaksimalkan anggaran pengembangan melalui kerjasama.

Melakukan kerjasama dengan *stakeholders* dalam pengembangan daya tarik wisata Kota Tua Ampenan sangat diperlukan karena masih minimnya anggaran yang dialokasikan oleh Dinas Pariwisata Kota Mataram. Koordinasi dengan pemerintah pusat, kemudian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB dan instansi-instansi terkait di Kota Mataram akan dapat mempermudah pengembangan Kota Tua Ampenan dengan membuat program pengembangan pariwisata Kota Tua Ampenan bersama pemangku kepentingan (Pemerintah, masyarakat dan pelaku usaha pariwisata). Program yang dibuat antara lain: penyusunan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Kota Mataram, membuat aturan tentang pengembangan kawasan pariwisata Kota Mataram, membentuk master plan pengembangan pariwisata Kota Tua Ampenan dan membuat konsep perencanaan pengembangan pariwisata Kota Tua Ampenan sebagai sebuah pariwisata yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kota Tua Ampenan Kota Mataram dianalisis dengan pendekatan analisis SWOT, menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut: Strategi SO (*Strength Opportunities*) yaitu Pemberdayaan

masyarakat melalui pelatihan, Menfaatkan kemajuan teknologi dalam memasarkan Kota Tua Ampenan, Meningkatkan Kerjasama dengan biro perjalanan dan membuat lebih banyak paket wisata ke Kota Tua Ampenan. Strategi WO (*Weakness Opportunities*) yaitu: Mengembangkan dan menata sarana pendukung di daya tarik wisata Kota Tua Ampenan, Melakukan promosi dengan bekerjasama dengan *stakeholders*, Membuat paket wisata yang menarik. Strategi ST (*Strength Threat*) yaitu: Membuat aturan /kebijakan khusus dalam pengembangan Kota Tua Ampenan, Bekerja sama dengan dinas-dinas terkait dalam menanggulangi kerusakan lingkungan,. Strategi WT (*Weakness Threat*) yaitu: Melakukan penyuluhan kepada masyarakat setempat, Peningkatan pengawasan terhadap aktivitas wisata, Memaksimalkan Anggaran Pengembangan Pariwisata melalui Kerjasama.

REFERENSI

- Bambar, A. F., & Anom, I. P. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata Bumi Sakti Alam Kerinci Kabupaten Kerinci (Satuan Pendekatan Analytical Network Process). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(2), 36-43.
- Hadi, I. M., Jumail, M., Kurniansah, R., & Suteja, I. W. (2021). Strategi Pengembangan Ekowisata Di Desa Kuripan Selatan. *Media Bina Ilmiah*, 1(1), 1-6.
- Kurniansah, R., & Rosida, L. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14(2), 2061-2068.
- Sari, C. P., Muhammad, F., & Hadiyanto. (2018). Tourism Area Life Cycle (TALC) Untuk Pembangunan Lingkungan Berkelanjutan Di Kawasan Ekowisata Gancik Hill Top, Boyolali, Jawa Tengah. *Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2018, September*, 163-173.