

75

TULIP
TULISAN ILMIAH PARIWISATA
KERAJINAN SULAMAN KARAWO SEBAGAI DAYA TARIK
WISATA MINAT KHUSUS DI PROVINSI GORONTALO (KASUS
SENTRA KERAJINAN SULAMAN KARAWO)

Anggraeni M.S Lagalo, S.Pd.,M.Sc.,

lagaloanggraeni@gmail.com, Dosen Pariwisata, FIB_UMGo, Jl.Prof Mansoer Pateda, Indonesia

ABSTRACT

Special Interest Tourism (SIT) is defined as travelling with the primary motivation of practicing or enjoying a special interest. This can include unusual hobbies, activities, themes or attractions which tend to attract visitors. This research aims at analyzing the strategy of developing Karawo embroidery as a special interest tourism in Gorontalo. A case study conducted in Karawo embroidery center. Moreover, Karawo embroidery, one of traditional cultural activities in Gorontalo which has been inherited from generation to generation, has gained great attention and effort from the local government to attract visitors to come, yet the report said there is no increase in visitors. Therefore, in this case, the writer focuses on the strategy to develop Karawo embroidery center so as to attract more visitors or tourists to come. This research has three main goals to achieve. 1) Gaining perception from the local or foreign tourists about Karawo, 2) Identifying obstacles faced in developing Karawo embroidery as special interest tourism, 3) Formulating the strategy in developing Karawo embroidery as special interest tourism in Gorontalo. Moreover, this research conducted by using mixed method. However, qualitative descriptive method was primarily applied in this research. While quantitative was applied to attain supporting data. Furthermore, results show that Karawo embroidery, overall, is considered very attractive. According to the SWOT analysis, the strategy chosen to be applied is by combining Strength and Opportunity (SO) or aggressive strategy. This was based on the Cartesian diagram mapping which was created by applying weighted score on each factor.

Keywords: Development, Karawo Embroidery, Special Interest Tourism, Karawo Embroidery Center.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata dalam perkembangannya telah menjadi salah satu industri terbesar di dunia. Disamping itu, merupakan andalan utama bagi banyak negara dalam menghasilkan devisa, menciptakan lapangan kerja, serta sebagai pengentas kemiskinan. Pariwisata dengan berbagai aspek positifnya dipandang sebagai *passport to development, new kind of sugar, tool for regional development, invisible export, non-polluting industry*, dan banyak lainnya (Pitana, 2002).

Pada era 1990 dan seterusnya, perkembangan dunia pariwisata ditandai dengan munculnya kecenderungan baru yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi arah dan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada masa yang akan datang. Perkembangan yang cukup signifikan antara lain terkait dengan pertumbuhan ekonomi dunia yang dinamis, perubahan orientasi pasar wisatawan, dan dampak pada pergeseran orientasi pengembangan produk baru. Kecenderungan yang terjadi pada sisi pasar wisatawan ditandai dengan adanya pergeseran atau perubahan sosio demografi pada kelompok pasar negara maju maupun negara sedang berkembang. Terciptanya segmen pasar wisatawan baru memberi implikasi pada motivasi, persepsi, tuntutan dan ekspektasi lebih kompleks mengenai hakikat melakukan perjalanan wisata.

Perubahan orientasi pasar wisatawan akan semakin menyadari untuk menempatkan prinsip-prinsip pelestarian dan perhatian terhadap aspek lingkungan dan sosial pada lokasi dimana pariwisata tumbuh dan berkembang. Bergesernya orientasi pasar wisatawan pada jenis-jenis produk wisata baru yang menekankan pada penghayatan yang lebih pada aspek kelestarian alam, lingkungan dan budaya. Keberadaan wisatawan akan semakin bertambah seiring dengan semakin meningkatnya tuntutan, keinginan dan kebutuhan akan kepuasan menikmati berwisata.

Indonesia dalam bidang pariwisata harus mampu melakukan terobosan-terobosan baru khususnya dalam mempromosikan produk pariwisata dan

membuat produksi pariwisata baru dengan memanfaatkan alam yang ada pada daerah masing-masing, sehingga mampu menarik perhatian sebanyak mungkin wisatawan. Saat ini, konsep wisata minat khusus tersebut justru menjanjikan pengalaman khusus yang sangat menarik bagi wisatawan.

Gorontalo merupakan provinsi ke 32 di Indonesia. Provinsi ini terkenal dengan kerajinan sulaman *Karawo*. Gorontalo sebagai destinasi baru tidak kalah daya tarik wisatanya dengan destinasi-destinasi populer di Indonesia yang kaya akan berbagai atraksi menarik. Destinasi Gorontalo juga memiliki berbagai jenis wisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata religi, wisata pendidikan sampai wisata minat khusus (Renstra-DishubparKominfo Provinsi Gorontalo 2012-2017).

Provinsi Gorontalo saat ini memiliki banyak obyek wisata yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota. Terdapat 86 obyek wisata dimana ada yang merupakan kategori wisata alam, wisata buatan, serta kategori wisata budaya dan peninggalan sejarah. Selain memiliki banyak potensi dan daya tarik wisata Gorontalo juga berbagai keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh provinsi-provinsi lain di Indonesia di antaranya karya seni budaya yang memiliki ciri khas yaitu Sulaman *Karawo* (Renstra-DishubparKominfo Provinsi Gorontalo 2012-2017).

Suatu karya seni budaya biasanya menjadi penunjang berbagai atraksi wisata yang ditawarkan destinasi pariwisata. Namun di Gorontalo salah satu karya seni budaya dapat berperan ganda sebagai cinderamata khas daerah dan sebagai daya tarik wisata. Karya seni budaya tersebut adalah sulaman *Karawo*. Sulaman *Karawo* merupakan ekspresi budaya tradisional dalam bentuk sulaman yang diwariskan secara turun temurun dan dinilai memiliki estetika seni yang tinggi (Dai, 2016).

Kerajinan sulaman *Karawo* merupakan salah satu seni budaya Gorontalo dihasilkan melalui proses penyulaman dengan menarik/membuka benang-benang

dari kain sehingga membentuk pola tertentu. Hasil dari kerajinan Karawo kebanyakan dalam bentuk kain untuk baju/jas, mukenah, jilbab, kipas tangan, sapu tangan, taplak meja, dasi, dan lainnya. Nilai seni dan tingkat kerumitan dalam proses pembuatan kerajinan *Karawo* sama halnya dengan kerajinan batik Jawa, namun dalam kepopuleran *karawo* masih jauh dibandingkan dengan kepopuleran batik Jawa. Hal ini disebabkan motif yang biasa digunakan pada kerajinan *Karawo* masih sebatas pada motif bunga, buah atau logo suatu instansi tertentu, selain itu *karawo* hanya digunakan pada acara-acara tertentu saja, seperti acara resmi pemerintah dan hari-hari besar sehingga *Karawo* kurang memasyarakat (Koniyo, dkk, 2015).

Potensi daya tarik kerajinan sulaman *Karawo* cukup menjanjikan, namun minat masyarakat terhadap sulaman *Karawo* tersebut masih kurang. Apalagi jika dibandingkan dengan minat masyarakat terhadap batik. Pemimpin Bank Indonesia Gorontalo Wahyu Purnama, sekaligus penggagas Festival *Karawo* 2011 mengatakan bahwa kondisi kain sulaman *Karawo* kurang menguntungkan untuk saat ini. Sebagian warga Gorontalo seperti tidak bangga saat mengenakan baju bersulam *Karawo*. Disisi lain, regenerasi pengrajin sulaman *Karawo* sangat lamban. Selain itu, masih ada pandangan jika orang Gorontalo asli masih malu dan enggan mengenakan kain sulaman *Karawo* khas Gorontalo. Jika tidak dilestarikan dan dipopulerkan, dikhawatirkan kain sulam *Karawo* bisa punah.

Pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* di Provinsi Gorontalo dinilai berpotensi sebagai suatu daya tarik karena sejarahnya yang panjang dan keunikan yang ada pada proses pembuatan sulaman *Karawo*. Pentingnya pengembangan sulaman *Karawo* sebagai suatu tarik wisata minat khusus agar pariwisata Gorontalo makin dikenal dengan keindahan dan keunikannya, budaya daerah tetap lestari dengan eksistensi sulaman *Karawo* di sektor pariwisata, serta peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat khususnya pengrajin dan para pelaku

usaha. Sulaman *Karawo* juga akan memperkuat identitas daerah dan menambah khasanah budaya Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu adanya strategi pengembangan daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo, khususnya terhadap kerajinan sulaman *Karawo* sebagai atraksi wisatanya. Penelitian terhadap pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus penting dilakukan untuk dapat memperkenalkan

2. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode campuran (*mixed method*) dalam penelitian ini. Adanya Pendekatan data kualitatif secara keseluruhan dan data kuantitatif sebagai pendukung.

Pendekatan Kualitatif akan dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang terjadi pada kerajinan sulaman *Karawo* di sentra kerajinan sulaman *Karawo*. Pendekatan kuantitatif akan dilakukan dengan cara pengumpulan data dari sentra kerajinan sulaman *Karawo* sebagai sumber langsung variabel yang diteliti kemudian data tersebut diolah menjadi sebuah informasi yang dapat digunakan sebagai alat pengembangan wisata minat khusus.

Penggunaan data yang bersifat kuantitatif yaitu untuk memudahkan interpretasi data dan selanjutnya dilakukan analisis kualitatif. Untuk memperkuat hasil analisis, diperlukan analisis kuantitatif agar apa yang dilihat dengan metode kualitatif dapat dibuktikan juga secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif itu sendiri akan dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan diberikan kepada masyarakat dan wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan sulaman *karawo*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan beberapa proses analisis strategi pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus penulis menjabarkan hasil penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan analisis daya tarik dan persepsi wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan sulaman *karawo*, serta persepsi masyarakat lokal menemukan bahwa kerajinan sulaman *Karawo* sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo. Analisis daya tarik dan persepsi wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan sulaman *Karawo* serta masyarakat lokal setempat memberi arahan pada pengembangan wisata minat khusus yaitu berkaitan dengan aspek budaya.

Tabel 1.1.

Hasil Penelitian Mengenai Persepsi Wisatawan Asing dan Domestik terhadap Kerajinan Sulaman *Karawo*

No	Persepsi Wisatawan Asing	Jumlah Wisatawan				
		Bobot Nilai 5	Bobot Nilai 4	Bobot Nilai 3	Bobot Nilai 2	Bobot Nilai 1
1	Keunikan kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	29	1	0	0	0
2	Potensi kerajinan sulaman <i>Karawo</i> sebagai daya tarik wisata minat khusus	24	6	0	0	0
3	Peningkatan kualitas dan desain motif pada kain kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	18	10	0	1	1
4	Peningkatan kualitas pelayanan di sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	25	3	0	2	0
5	Perlu adanya pengembangan paket wisata minat khusus terkait dengan kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	20	10	0	0	0
6	Pelatihan membuat kerajinan sulaman <i>Karawo</i> terhadap masyarakat	26	3	0	1	0
7	Keramahan baik pengrajin maupun pelaku usaha terhadap pengunjung di	18	11	1	0	1

sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i>						
8	Pengrajin sulaman <i>Karawo</i> bersedia menjadi pemandu wisata terhadap wisatawan yang membutuhkannya	18	11	0	1	0
9	Pengrajin sulaman <i>Karawo</i> selalu berusaha menyediakan keperluan wisatawan yang berkunjung di sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	23	6	0	1	0
10	Perlu adanya strategi pengembangan kerajinan sulaman <i>Karawo</i> sebagai daya tarik wisata minat khusus	22	7	1	0	0

Sumber: Dajan (1996) dan Hasil Penelitian (2017).

Hasil dari persepsi wisatawan ditemukan berdasarkan analisis perhitungan *skala likert* yang menggunakan kuesioner dan juga melakukan sedikit wawancara. Berdasarkan hasil analisis persepsi, wisatawan baik asing maupun domestik pada umumnya memberi nilai positif terhadap kerajinan sulaman *Karawo* dan berpendapat bahwa kerajinan sulaman *Karawo* unik yang dilihat dari proses pembuatannya serta memiliki ciri khas tersendiri dengan desain motif yang sangat indah berpotensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata minat khusus. Selain wisatawan, masyarakat sekitar sentra kerajinan sulaman *karawo* juga secara umum memberi penilaian positif terhadap pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus.

Berdasarkan pada pemetaan diagram kartesius yang dibuat menggunakan skor pembobotan pada masing-masing faktor. Hasil dari analisis SWOT maka strategi yang dipilih adalah strategi SO atau *aggressive strategy*. Berikut ini adalah perumusan strategi pengembangan kerajinan sulaman *karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo

Tabel 1.2.

Faktor Analisis IFAS Pengembangan Kerajinan Sulaman *Karawo* sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Provinsi Gorontalo

No	Faktor Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor Terbobot (axb)
KEKUATAN/STRENGTHS				
1	Kerajinan sulaman <i>Karawo</i> sebagai budaya khas Gorontalo	0,1	4	0,4
2	Kerajinan sulaman <i>Karawo</i> tergolong indah dan unik	0,1	3	0,3
3	Kawasan sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i> yang strategis dekat objek wisata lainnya	0,1	4	0,4
4	Keterbukaan masyarakat lokal di sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i> terhadap wisatawan	0,1	3	0,3
5	Fasilitas di sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i> lengkap dan memadai	0,1	3	0,3
Sub Jumlah				1,7
KELEMAHAN/WEAKNESSES				
1	Masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata	0,1	3	0,3
2	Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dalam hal ini terkait pengrajin sulaman <i>Karawo</i>	0,1	3	0,3

Lanjutan Tabel 1.2.

3	Sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i> belum menjadi daerah tujuan wisata	0,1	3	0,2
4	Minimnya data/informasi mengenai sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	0,1	2	0,2
5	Belum adanya perencanaan detail mengenai pengembangan wisata di sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i>	0,1	2	0,1
Sub Jumlah				1,1
Jumlah		1		2,8

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 1.3.

Faktor Analisis EFAS Pengembangan Kerajinan Sulaman *Karawo* sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Provinsi Gorontalo

No	Faktor Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor Terbobot (axb)
PELUANG/OPPORTUNITIES				
1	Adanya potensi kerajinan sulaman <i>Karawo</i> sebagai produk wisata	0,2	4	0,8
2	Aksesibilitas sentra kerajinan sulaman <i>Karawo</i> mudah dijangkau	0,1	3	0,3
3	Potensi pengembangan budaya sebagai daya tarik wisata	0,1	3	0,3
4	Terbukanya kesempatan membuat paket wisata minat khusus	0,2	3	0,6
Sub Jumlah				2,00
ANCAMAN/THREATS				
1	Persaingan dengan daya tarik wisatayang lain	0,1	2	0,2
2	Berkurangnya para pengrajin sulaman <i>Karawo</i>	0,2	3	0,6
3	Potensi adanya kerusakan lingkungan akibat dari pengembangan pariwisata	0,1	2	0,2
Sub Jumlah				1,2
Jumlah		1		1,00

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Keterangan Angka

Bobot	Rating
0,9 – 0,4 = Tidak Penting	4 = Sangat Baik
0,3 – 0,8 = Cukup Penting	3 = Baik
0,7 – 0,2 = Penting	2 = Kurang Baik
0,1 – 0,6 = Sangat Penting	1 = Sangat Kurang Baik

penulis merumuskan analisis IFAS dan EFAS tersebut berdasarkan hasil observasi, wawancara dan hasil kuesioner. Berdasarkan hasil perhitungan

Kekuatan dan Kelemahan pada tabel IFAS serta Peluang dan Ancaman pada tabel EFAS maka hasil yang didapat adalah:

Strengths (S) = 1,7, *Weaknesses* (W) = 1,1 dan *Oppoturnities* (O) = 1,7, *Threats* (T) = 1,2. Dengan demikian nilai koordinat kuadran penilaian SWOT adalah selisih total Kekuatan dikurang selisih total Kelemahan atau $x = S - W$, dan selisih total Peluang dikurang selisih total Ancaman atau $y = O - T$.

$$x = S - W$$

$$y = O - T$$

$$x = 1,7 - 1,1$$

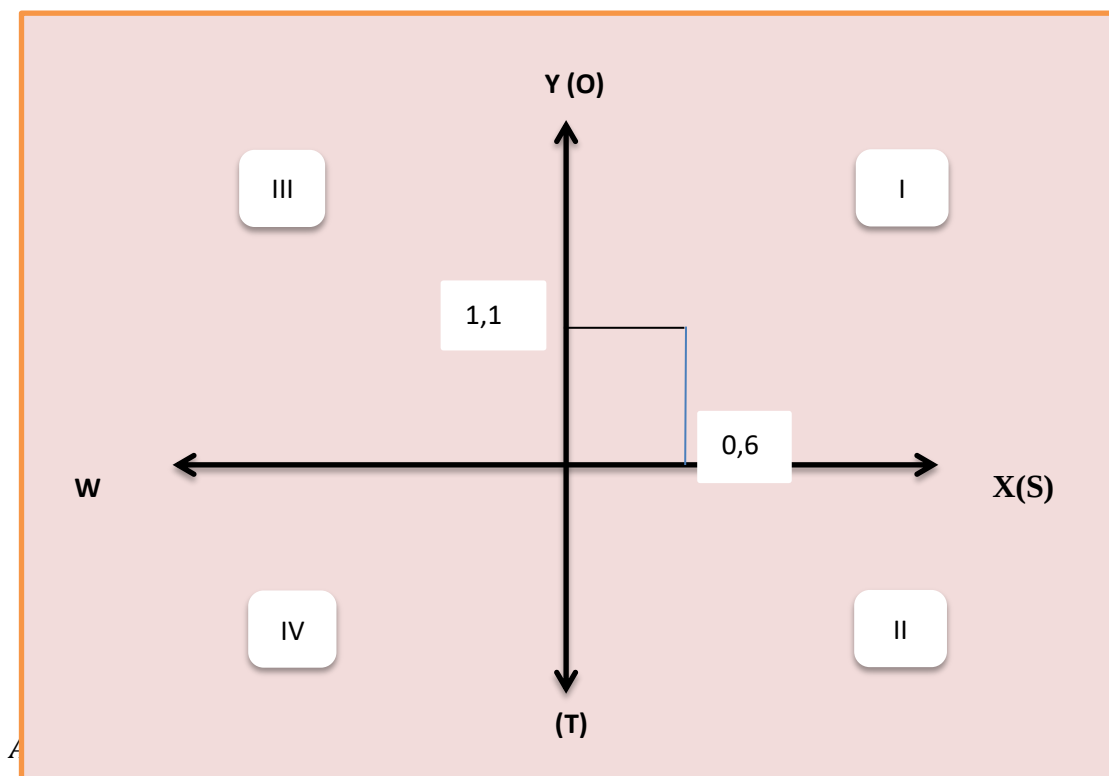
$$y = 2,00 - 1,00$$

$$x = 0,6$$

$$y = 1,00$$

Nilai koordinat kuadran penilaian SWOT pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo adalah $x = 0,6$ dan $y = 1,00$

Gambar 1.1.
Kerajinan Sulaman *Karawo* sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus
di Provinsi Gorontalo



Berdasarkan kuadran di tersebut strategi pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo berada pada posisi kuadran I yang menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). *Growth Oriented Strategy* maksudnya memanfaatkan posisi sumber daya yang tersedia serta mengejar pertumbuhan yang tinggi.

Tabel 1.4.

Matriks SWOT Pengembangan Kerajinan Sulaman *Karawo* sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Provinsi Gorontalo

EFAS IFAS	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	- Kerajinan sulaman <i>karawo</i> sebagai budaya khas Gorontalo - Kerajinan sulaman <i>karawo</i> tergolong indah dan unik - Kawasan sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> yang strategis - Keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan - Fasilitas di sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> lengkap dan memadai	- Masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata - Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) - Sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> belum menjadi daerah tujuan wisata - Minimnya data/informasi mengenai sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> - Belum adanya perencanaan detail mengenai pengembangan wisata di sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i>
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Startegi SO	Strategi WO
- Adanya potensi sulaman <i>karawo</i> sebagai produk wisata - Aksesibilitas sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> mudah dijangkau - Potensi pengembangan tradisi masyarakat lokal - Potensi pengembangan	- Menjaga kelestarian sulaman <i>karawo</i> sebagai budaya khas Gorontalo - Pemanfaatan kerajinan sulaman <i>karawo</i> sebagai salah satu produk daya tarik wisata - Pemanfaatan kerajinan sulaman <i>karawo</i> sebagai	- Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pariwisata melalui kelompok sadar wisata (pokdarwis), dan pelatihan kepariwisataan - Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam hal ini adalah

TULISAN ILMIAH PARIWISATA

tradisi sulaman <i>karawo</i> sebagai daya tarik wisata minat khusus • Terbukanya kesempatan membuat paket wisata minat khusus	alternatif usaha masyarakat lokal • Pemanfaatan sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> sebagai destinasi wisata • pengembangan paket wisata minat khusus	pengrajin melalui pendampingan dan pelatihan membuat kerajinan sulaman <i>karawo</i> terhadap masyarakat • mengembangkan sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> sebagai daerah tujuan wisata.
---	--	--

Lanjutan Tabel 1.4.

		• Memperkaya data/informasi mengenai kerajinan sulaman <i>karawo</i> dan memudahkan setiap orang untuk mengaksesnya • Mengadakan perencanaan pengembangan wisata di sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i>
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
• Persaingan dengan daya tarik wisata lain • Berkurangnya para pengrajin sulaman <i>karawo</i> • Masih banyak pengrajin sulaman <i>karawo</i> yang bekerja sampingan seperti bertani dan beternak • Potensi adanya kerusakan lingkungan akibat pengembangan pariwisata • Belum ada regulasi yang mengatur pariwisata di sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i>	• Peningkatan kualitas atraksi • Pengelola sentra kerajinan sulaman <i>karawo</i> harus dapat belajar wisata minat khusus di daerah lain sehingga dapat mengembangkan potensi kerajinan sulaman <i>karawo</i>	• Melakukan kerjasama dengan pemerintah dalam penyediaan dan infrastruktur pendukung pariwisata • Promosi melalui kerjasama dengan biro perjalanan • Melakukan pengadaan <i>event</i> tahunan budaya sebagai bagian dari promosi

Berdasarkan matriks analisis SWOT tersebut maka dapat dipilih strategi SO atau *aggressive strategy* yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki kerajinan sulaman *Karawo* untuk mencapai peluang pengembangan sebagai daya tarik wisata minat khusus yang berkelanjutan di Provinsi Gorontalo.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis strategi pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo, maka dapat diambil beberapa kesimpulan di antaranya sebagai berikut:

Kerajinan sulaman *Karawo* sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo. Analisis daya tarik dan persepsi wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan sulaman *Karawo* serta masyarakat lokal setempat memberi arahan pada pengembangan wisata minat khusus yaitu berkaitan dengan aspek budaya.

Persepsi wisatawan baik asing maupun domestik pada umumnya memberi nilai positif terhadap kerajinan sulaman *Karawo* dan berpendapat bahwa kerajinan sulaman *Karawo* unik dilihat dari proses pembuatannya serta memiliki ciri khas tersendiri dengan desain motif yang sangat indah berpotensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata minat khusus. Selain wisatawan, masyarakat sekitar sentra kerajinan sulaman *karawo* juga secara umum memberi penilaian positif terhadap pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus.

Berdasarkan hasil analisis SWOT maka strategi yang dipilih adalah strategi SO atau *aggressive strategy*. Hal tersebut didasarkan pada pemetaan diagram kartesius yang dibuat dengan menggunakan skor pembobotan pada masing-masing faktor.

Strategi yang dapat diaplikasikan dalam pengembangan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Provinsi Gorontalo adalah sebagai berikut.

1. Menjaga kelestarian budaya sulaman *Karawo* sebagai budaya khas Gorontalo dengan cara memberikan penyuluhan dan pemahaman kepada masyarakat lokal bahwa kelestarian budaya sangatlah penting.

2. Pemanfaatan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai salah satu produk daya tarik wisata.
3. Pemanfaatan kerajinan sulaman *Karawo* sebagai alternatif usaha masyarakat lokal yang ada di sentra kerajinan sulaman *Karawo*.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pariwisata. Hal tersebut dilakukan melalui cara membuat kelompok sadar wisata (POKDARWIS), pemberian pengetahuan serta pelatihan kepariwisataan.
5. Mengembangkan sentra kerajinan sulaman *Karawo* sebagai salah satu daerah tujuan wisata.
6. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) ditujukan terutama untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Pengembangan sumber daya manusia antara lain mencakup:
 - a. Peningkatan kemampuan berkomunikasi yang baik dengan wisatawan, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Asing.
 - b. Peningkatan kemampuan dalam mengelola dan memandu atraksi wisata.
 - c. Peningkatan kualitas layanan bagi wisatawan.
7. Pengembangan kualitas pengrajin di sentra kerajinan sulaman *Karawo* dalam ditujukan untuk meningkatkan regenerasi pengrajin sulaman *Karawo* melalui pendampingan dan pelatihan membuat kerajinan sulaman *Karawo* terhadap masyarakat.
8. Mengembangkan paket wisata minat khusus serta mengadakan perencanaan pengembangan wisata di sentra kerajinan sulaman *Karawo*. Pengembangan daya tarik wisata minat khusus yang dimaksudkan tersebut adalah daya tarik dari proses pembuatan sulaman *Karawo*
9. Pengelola sentra kerajinan sulaman *Karawo* harus dapat belajar wisata minat khusus di daerah lain sehingga dapat mengembangkan potensi kerajinan sulaman *Karawo*.

10. Melakukan kerjasama dengan pemerintah dalam penyediaan infrastruktur pendukung pariwisata.
11. Melakukan promosi melalui kerjasama dengan berbagai pihak di antaranya biro perjalanan, serta penyedia jasa pariwisata (*tour guide*). Promosi juga dapat dilakukan melalui media sosial misalnya instagram dan facebook. Keikutsertaan dalam *event-event* serta pameran pariwisata juga menjadi salah satu bentuk promosi.

Daftar Pustaka

- Dai, S.L., 2016, *Pengembangan Sulaman Karawo sebagai Daya Tarik di Destinasi Pariwisata Gorontalo*. Thesis. Bali: UNUD
- Dajan, A., 1996, *Pengantar Metode Statistik Jilid II (cetakan kedelapan belas)*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Dishubparkominfo Provinsi Gorontalo, 2016, *Wonderfull Gorontalo*, Gorontalo: DishubparKominfo.
- Dinas Perindustrian Kabupaten Gorontalo, 2010, *Panduan Pembuatan Karawo*. Kabupaten Gorontalo
- Dishubparkominfo, Renstra., 2014, *Rencana Strategis Dinas Perhubungan Pariwisata Komunikasi dan Informatika Provinsi Gorontalo*, Gorontalo: DishubparKominfo.
- Fandeli, C., 2002, *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada.
- Hall, MC dan Weiler, B., 1992, *Special Interest Tourism*, New York and Toronto: Halsted Press.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Novelli M, 2005, *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends, and Cases*. Elsevier Butterworth-Heinemann. MA.

Pitana, I. Gde, dan I Ketut, S. D., 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Rangkuti, F., 2008, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Likert, R., 1932, *A Technique for the Measurement of Attitudes*, *Archives of Psychology*.

Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kombinasi (mixed method)*, Bandung: Alfabeta.

Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.