

Strategy for Developing the Narmada Lombok Cultural Heritage Park as a Sustainable Heritage Tourism Attraction

N. M. Gita Kundalini Mahawira^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Ayu Lily Dianasari³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: N. M. Gita Kundalini Mahawira
gitamahawira15@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Development Strategy, Cultural Heritage, Tourist Attraction, Heritage, Sustainable

Received : 04 August

Revised : 23 August

Accepted: 26 September

©2024 Mahawira, Suasapha, Dianasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Narmada Park Lombok is the oldest cultural heritage in West Lombok. The purpose of this study is to analyze the internal and external conditions of the Narmada Park Cultural Heritage using SWOT analysis. The informant determination technique is purposive sampling. The identification results found that there were 7 Strengths, 8 Weaknesses, 5 Opportunities and 3 Threats. Matching all of these things resulted in 4 sets of strategies, namely 3 SO Strategies (Strength - Opportunities), 5 ST Strategies (Strength - Threats), 4 WO Strategies (Weaknesses - Opportunities) and 3 WT Strategies (Weaknesses - Threats). The results of this study are that there needs to be collaboration between Narmada Park stakeholders to realize sustainable heritage tourism attractions.

Strategi Pengembangan Cagar Budaya Taman Narmada Lombok sebagai Daya Tarik Wisata *Heritage* (Warisan) Berkelanjutan

N. M. Gita Kundalini Mahawira^{1*}, Anom Hery Suasapha², Dewa Ayu Lily Dianasari³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: N. M. Gita Kundalini Mahawira
gitamahawira15@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Cagar Budaya, Daya Tarik Wisata, *Heritage* (Warisan), Berkelanjutan

Received : 04 Agustus

Revised : 23 Agustus

Accepted: 26 September

©2024 Mahawira, Suasapha, Dianasari: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Taman Narmada Lombok adalah cagar budaya tertua di Lombok Barat. Tujuan penelitian untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Cagar Budaya Taman Narmada menggunakan analisis SWOT. Teknik penentuan informan yaitu *purposive sampling*. Hasil identifikasi menemukan terdapat 7 *Strengths*, 8 *Weaknesses*, 5 *Opportunities* dan 3 *Threats*. Pencocokan dari seluruh hal tersebut menghasilkan 4 set strategi yaitu 3 Strategi SO (*Strength - Opportunities*), 5 Strategi ST (*Strength - Threats*), 4 Strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*) dan 3 Strategi WT (*Weaknesses - Threats*). Hasil dari penelitian ini yaitu perlu adanya kolaborasi antara stakeholder Taman Narmada untuk mewujudkan daya tarik wisata *heritage* yang berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Taman Narmada terletak di Kabupaten Lombok Barat adalah salah satu cagar budaya yang menawarkan berbagai atraksi kepada pengunjung. Taman Narmada terbagi menjadi kawasan cagar budaya dan kawasan atraksi wisata. Hal itu sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 5 Tahun 2022 tentang Pelestarian dan Pengelolaan Cagar Budaya menyatakan bahwa Cagar Budaya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan agama, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, teknologi, kebudayaan, dan pariwisata. Taman Narmada telah dikelola sebagai kawasan wisata yang mencakup aspek budaya, religi, kuliner, belanja, dan MICE berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat Nomor 6 tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah sementara status sebagai cagar budaya untuk Taman Narmada ditetapkan pada tahun 2007 berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya.

Taman Narmada dikelola oleh tiga pihak, yaitu Dinas Pariwisata Lombok Barat, PT Patut Patuh Paju (PT Tripat) sebagai pihak kedua, dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB). Dinas Pariwisata Lombok Barat bertanggung jawab atas perencanaan dan pengembangan pariwisata di kawasan tersebut. PT Tripat berperan sebagai pengelola operasional dan pengembangan atraksi wisata, serta fasilitas pendukung lainnya. Sementara itu, BPCB bertanggung jawab untuk pelestarian dan perlindungan nilai-nilai sejarah dan budaya di Taman Narmada. Hal yang dikembangkan pada cagar budaya ini yaitu: pembangunan panggung kesenian atau panggung teater dilengkapi dengan tempat oleh-oleh, pembangunan tempat ibadah, serta tempat kuliner yang menjual berbagai aneka kuliner khas Narmada pada tahun 2021 dan penambahan Kolam Kembar, *camping*, serta *flying fox* pada tahun 2023.

Pengembangan pada cagar budaya ini cenderung dititikberatkan pada penambahan atraksi atau daya tarik namun belum sepenuhnya diarahkan pada pariwisata berkelanjutan. Taman Narmada dikhawatirkan dapat memudarkan sisi budayanya sebab lebih memberikan perhatian pada pengelolaan dan ekonomi yang berkelanjutan ketimbang keberlanjutan dari segi budaya dan lingkungannya. (Bangun Mulia, 2021) mengemukakan bahwa masalah budaya dapat terjadi akibat adanya komersialisasi budaya untuk tujuan pariwisata, maka budaya tersebut tidak lagi sama. Tanpa disadari, budaya asli mulai terkikis dan termodifikasi sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Munculnya masalah sosial berkaitan dengan nilai-nilai dan landasan yang dipegang teguh oleh masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Masyarakat cenderung merubah orientasi mereka pada uang dan finansial sehingga nilai budaya pun dapat luntur. Sehingga itu dapat menjadi kelemahan sekaligus ancaman bagi cagar budaya ini. Ini juga didukung oleh beberapa penilaian negatif dari pengunjung mengenai pengelolaan yang masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari Cagar Budaya Taman Narmada Lombok sebagai daya tarik wisata *heritage* serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Cagar Budaya Taman Narmada Lombok sebagai daya tarik wisata *heritage* yang berkelanjutan. Manfaat dalam

penelitian ini secara teoritis yaitu dapat menerapkan teori-teori yang ada. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang daya tarik wisata Taman Narmada terutama pengelolaannya dalam rangka mewujudkan pariwisata berkelanjutan dan secara praktis dapat membantu pengelola Taman Narmada (PT Patut Patut Padju), Dinas Pariwisata dan BPCB dan untuk mengembangkan Cagar Budaya Taman Narmada sebagai daya tarik wisata *heritage* (warisan) berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Barreto dan Giantari (2015) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Tujuan dari pengembangan pariwisata tidak hanya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi tetapi juga melestarikan alam serta lingkungan. (Widiati & Permatasari, 2022). Pengembangan pariwisata melibatkan upaya untuk meningkatkan daya tarik dan fasilitas pariwisata, seperti infrastruktur dan atraksi wisata. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan didefinisikan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata terbagi menjadi 3 yaitu daya tarik wisata alam, buatan dan budaya.

Daya tarik wisata budaya berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik yang berwujud seperti cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, serta museum. Sedangkan daya tarik yang tidak berwujud seperti kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat, serta kesenian seperti angklung, reog dan sebagainya (Firsandi, 2020). Pada daya tarik wisata budaya terdapat warisan atau budaya yang disebut sebagai *heritage*. Arti kata *heritage* berdasarkan Collin Dictionary (2024) adalah sebagai; (1) sesuatu yang diwarisi saat lahir, pribadi, status, dan harta benda, (2) segala sesuatu yang telah diturunkan dari masa lalu atau diturunkan oleh tradisi, (3) bukti masa lalu, seperti situs sejarah, bangunan, dan lingkungan alam murni, yang secara kolektif dianggap sebagai warisan masyarakat saat ini, (4) sesuatu yang disediakan untuk orang atau kelompok tertentu atau hasil dari suatu tindakan, cara hidup, dan lain-lain (5) hukum properti apapun, terutama tanah, yang menurut hukum telah diturunkan atau mungkin diturunkan kepada ahli waris.

METODOLOGI

Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Penggunaan *purposive sampling* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengelolaan Taman Narmada untuk mewujudkan daya tarik wisata berkelanjutan sehingga dapat dibuatkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu melakukan pengolahan data kualitatif yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder melalui metode studi literatur dan penelitian lapangan berupa wawancara menggunakan *Interview Guide*. Selain menggunakan metode wawancara, untuk memastikan data yang diperoleh valid dan reliabel menggunakan metode triangulasi sekaligus sebagai metode pengolahan data dalam penelitian ini.

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matriks ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis.

PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan satu tahapan awal untuk menghasilkan kebijakan dan strategi yang tepat bagi Taman Narmada dalam mengembangkan pariwisatanya. Analisis SWOT berfungsi untuk menghasilkan dan mengkaji berbagai macam kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dimiliki oleh Taman Narmada. Berikut faktor internal dan faktor eksternal dari Taman Narmada :

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Taman Narmada telah disahkan sebagai Daya Tarik Wisata
2. Taman Narmada telah ditetapkan sebagai Cagar budaya
3. Terdapat *stakeholder* pengelola di Taman Narmada
4. Menerapkan Pariwisata Berkelanjutan
5. Adanya promosi dan pemasaran melalui media sosial
6. Merupakan taman tertua di Lombok Barat
7. Memiliki atraksi yang beragam dibandingkan cagar budaya yang lain

b. Kelemahan (*Weakness*)

1. Pengelolaan sampah dan pengaturan pedagang yang kurang baik
2. Belum adanya aturan terkait kegiatan pariwisata di Taman Narmada
3. Belum terdapat investor yang berkontribusi pada Taman Narmada
4. Belum dilakukan pelatihan pada masyarakat sekitar tentang pariwisata
5. Belum memiliki masterplan
6. Belum adanya peraturan mengenai pembagian tugas dan wewenang di antara ketiga *stakeholder*
7. Kurangnya pemeliharaan pada bangunan historikal
8. Terdapat aturan tentang zonasi yang belum ditegakkan

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

1. Adanya dukungan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata
2. Adanya perkembangan teknologi terkhusus media sosial
3. Adanya dukungan masyarakat sekitar

4. Dapat dijadikan sebagai lokasi edukasi sejarah
 5. Terdapat Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan
- b. Ancaman (*Threat*)
1. Adanya persaingan dengan cagar budaya lainnya
 2. Terdapat penilaian negatif oleh pengunjung
 3. Hambatan dalam pengelolaan Taman Narmada

Berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) Taman Narmada, berikut Matriks SWOT pada Table 1.

Table 1. Matriks SWOT

	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Taman Narmada telah disahkan sebagai Daya Tarik Wisata 2. Telah ditetapkan sebagai Cagar budaya 3. Terdapat <i>stakeholder</i> pengelola di Taman Narmada 4. Menerapkan pariwisata berkelanjutan 5. Adanya promosi dan pemasaran melalui media sosial 6. Merupakan taman tertua di Lombok Barat 7. Memiliki atraksi yang beragam dibandingkan cagar budaya yang lain 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan sampah dan pengaturan pedagang yang kurang baik 2. Belum adanya aturan terkait kegiatan pariwisata di Taman Narmada 3. Belum terdapat investor yang berkontribusi pada Taman Narmada 4. Belum dilakukan pelatihan pada masyarakat sekitar tentang pariwisata 5. Belum memiliki masterplan 6. Belum adanya peraturan mengenai pembagian tugas dan wewenang di antara ketiga <i>stakeholder</i> 7. Kurangnya pemeliharaan pada bangunan historikal 8. Terdapat aturan tentang zonasi yang belum ditegakkan
<p><i>Opportunity (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata 2. Adanya perkembangan teknologi terkhusus media sosial 3. Adanya dukungan masyarakat sekitar 4. Dapat dijadikan sebagai lokasi edukasi sejarah 5. Terdapat Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan 	<p><i>Strategi (SO)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan status sebagai daya tarik wisata dan cagar budaya untuk mendapatkan dukungan lebih lanjut dari pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan fasilitas dan infrastruktur untuk lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya (S1, S2, S4, S3 O1,O3) 2. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan promosi Taman Narmada sebagai daya tarik wisata <i>heritage</i> (warisan) berkelanjutan (S1, S4,O2) 3. Meningkatkan dukungan pemerintah dalam rangka melakukan restorasi dan konservasi yang lebih baik (S2, S7, S4, O1) 	<p><i>Strategi (WO)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dalam pengelolaan sampah dan aturan terkait <i>do and don'ts</i> untuk pengunjung (W2, O1) 2. Menggunakan media sosial untuk melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang cara berkontribusi secara positif dalam pariwisata berkelanjutan (W4, O2,O3) 3. Menarik minat investor pada Taman Narmada melalui <i>platform</i> digital dan media sosial untuk berkontribusi pada pengembangan Taman Narmada sebagai daya tarik wisata <i>heritage</i> (warisan) berkelanjutan (W3, O2) 4. Menyelenggarakan penyuluhan bagi masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah dengan melibatkan Dinas terkait (W1, O3)
<p><i>Threat (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya persaingan dengan cagar budaya lainnya 2. Terdapat penilaian negatif oleh pengunjung 3. Hambatan dalam pengelolaan Taman Narmada 	<p><i>Strategi (ST)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan dan atraksi wisata untuk menghadapi persaingan (S1, S6, T1, T2) 2. Memanfaatkan sejarah Taman Narmada untuk menarik minat pengunjung (S1, S4,T1) 3. Memanfaatkan status sebagai Taman Tertua di Lombok Barat untuk menarik minat pengunjung (S2, S3, S5, S6, T1) 4. Memanfaatkan beragam aktivitas wisata yang bisa dilakukan disana untuk menarik wisatawan (S1, S7, T1) 5. Memperkuat koordinasi antar <i>stakeholder</i> pengelola untuk menghadapi persaingan (S3, T1) 	<p><i>Strategi (WT)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan aturan tentang pengelolaan sampah (W1, W5, T1, T2) 2. Menerapkan aturan tentang zonasi pedagang (W1, W8, T3) 3. Melakukan pelatihan tentang sadar wisata dan Sapta Pesona kepada masyarakat sekitar mengenai kegiatan pariwisata (W2, W4, T1, T2)

a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

1. Menggunakan status sebagai daya tarik wisata dan cagar budaya untuk mendapatkan dari pemerintah dan masyarakat

Dukungan pemerintah sangat efektif dalam meningkatkan infrastruktur destinasi wisata, sebagaimana ditunjukkan dalam studi oleh (Kubickova et al., 2019) bahwa Peningkatan infrastruktur dapat mencakup perbaikan jalan, pembangunan fasilitas umum seperti toilet, area parkir, dan pusat informasi wisatawan. Meskipun saat ini belum ada investor yang berkontribusi pada Taman Narmada, kolaborasi dengan pemerintah dalam mencari investor potensial dapat membantu. Pemerintah dapat memfasilitasi pertemuan dengan calon investor dan menyediakan insentif untuk mendorong investasi.

Selain itu, menggunakan status cagar budaya sebagai salah satu nilai jual utama dalam strategi promosi dan pemasaran dapat menarik lebih banyak wisatawan. Melakukan pemasaran yang efektif, baik lokal maupun internasional, dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke Taman Narmada. Sebagai cagar budaya, penting untuk memastikan bahwa pengembangan fasilitas dan infrastruktur dilakukan dengan tetap memperhatikan konservasi dan pelestarian nilai-nilai budaya dan sejarah Taman Narmada.

2. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial untuk meningkatkan promosi

Teknologi dan media sosial memiliki peran penting dalam promosi pariwisata (Buhalis et al., 2020). Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, Taman Narmada dapat meningkatkan visibilitas dan daya tariknya kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan teknologi seperti website interaktif, aplikasi mobile, dan fitur virtual tour juga dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan menarik minat lebih banyak wisatawan. Dengan strategi promosi yang kuat melalui teknologi dan media sosial, Taman Narmada dapat menjangkau wisatawan potensial dari berbagai daerah, bahkan internasional. Konten yang menarik, seperti foto-foto indah, video promosi, dan testimoni pengunjung, dapat dibagikan secara luas dan menciptakan kesadaran serta minat untuk mengunjungi Taman Narmada.

3. Meningkatkan dukungan pemerintah untuk melakukan restorasi dan konservasi yang lebih baik

Sebagai salah satu taman tertua, Taman Narmada memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi, yang dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Dukungan pemerintah sangat penting dalam upaya ini, karena restorasi dan konservasi yang lebih baik dapat diperoleh melalui dukungan pemerintah dan koordinasi dengan para pemangku kepentingan. (Milano et al., 2019) Dengan statusnya sebagai salah satu taman tertua, Taman Narmada memiliki potensi untuk menarik perhatian pemerintah dan lembaga terkait untuk memberikan dukungan dalam bentuk dana, kebijakan, dan program restorasi. Pemerintah dapat membantu dalam mengalokasikan anggaran untuk perbaikan infrastruktur, pelestarian elemen-elemen sejarah, dan konservasi lingkungan sekitar taman. Selain

itu, pemerintah dapat memfasilitasi koordinasi antara berbagai stakeholder, termasuk masyarakat setempat, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta, untuk memastikan bahwa upaya restorasi dan konservasi berjalan dengan efektif dan berkelanjutan.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

1. Meningkatkan kualitas pelayanan dan atraksi wisata untuk menghadapi persaingan

Penelitian oleh (Kubickova et al., 2019) mengemukakan pentingnya peningkatan kualitas layanan dalam menghadapi persaingan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, Taman Narmada dapat memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung, sehingga meningkatkan kepuasan dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan ulasan positif. Atraksi wisata yang unik juga dapat menjadi daya tarik utama yang membedakan Taman Narmada dari cagar budaya lainnya. Misalnya, pengembangan acara budaya lokal, workshop tradisional, atau tur yang mendalam ke situs sejarah dapat menarik minat pengunjung yang mencari pengalaman yang berbeda dan otentik.

2. Memanfaatkan sejarah Taman Narmada untuk menarik minat pengunjung

Buhalis (2000) menyatakan bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu *Attraction* (atraksi), *Amenities* (amenitas), *Ancillary service* (layanan tambahan), *Activity* (aktivitas), *Accessibilities* (aksesibilitas), dan *Available Package* (ketersediaan paket). Dengan menyusun paket wisata yaitu program wisata edukatif, pengelola (PT Patut Patut Padju) dapat mengajak pengunjung untuk memahami simbolisme dan filosofi di balik arsitektur taman dapat menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, penyelenggaraan acara budaya dan festival tradisional di dalam taman akan memperkaya pengalaman pengunjung, sehingga menjadikan Taman Narmada sebagai daya tarik wisata yang unik.

3. Memanfaatkan status sebagai Taman Tertua di Lombok Barat untuk menarik minat pengunjung

Penggunaan warisan budaya sebagai daya tarik utama di destinasi wisata telah terbukti efektif, seperti yang diuraikan dalam penelitian tentang Angkor Wat (Chheang, 2011) bahwa dengan mempromosikan sebagai situs bersejarah dan budaya yang unik, pengelola dapat menarik minat wisatawan yang tertarik dengan peninggalan sejarah dan budaya. Oleh karena itu dapat dilakukan pemasaran yang fokus pada nilai-nilai sejarah, keunikan arsitektur, dan keindahan alam Taman Narmada dapat mengundang minat dari wisatawan lokal dan internasional. Selain itu, pengembangan program-program edukasi dan tur yang mengungkapkan sejarah dan nilai-nilai budaya taman ini dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Memanfaatkan beragam aktivitas wisata yang bisa dilakukan disana untuk menarik pengunjung. Konsep dari Cooper et al. (2005) mengatakan untuk memenuhi segala aspek kebutuhan pariwisata berkelanjutan perlu didukung oleh 4A komponen utama dalam pariwisata yaitu *Attraction* (Daya Tarik), *Amenity* (Fasilitas), *Accessibility* (Aksesibilitas)

dan *Ancillary* (Lembaga pelayanan). Sehingga dengan memiliki atraksi yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung dapat membuat Taman Narmada akan mampu menarik minat pengunjung.

4. Memperkuat koordinasi antar *stakeholder* pengelola untuk menghadapi persaingan dan ancaman

Koordinasi antar pemangku kepentingan telah terbukti menjadi kunci untuk mengelola pariwisata secara efektif (Milano et al., 2019). Dengan memperkuat koordinasi antar *stakeholder*, Taman Narmada dapat menciptakan sinergi di antara berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan taman ini. Hal ini mencakup Dinas Pariwisata Lombok Tengah, PT Patuh Patut Padju dan BPCB. Melalui kolaborasi yang baik, berbagai sumber daya dan pengetahuan dapat digabungkan untuk meningkatkan manajemen, pemasaran, dan pelestarian Taman Narmada.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

1. Meningkatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dalam pengelolaan sampah dan aturan terkait *do and don'ts* untuk pengunjung (W3, W2, O1)

(Kubickova et al., 2019) menyatakan bahwa dukungan pemerintah terbukti sangat penting dalam mengatasi isu pengelolaan sampah. Dengan dukungan pemerintah (Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat), Taman Narmada dapat mengembangkan program yang efektif dalam pengelolaan sampah. Ini mencakup penyediaan fasilitas pengolahan sampah yang modern dan ramah lingkungan, pelatihan bagi pengelola (PT Patut Patut Padju) dan petugas kebersihan, serta kampanye kesadaran lingkungan untuk pengunjung dan masyarakat sekitar. Pemerintah dapat meningkatkan fasilitas pengelolaan sampah dengan memperluas jangkauan tempat sampah, memasang papan informasi tentang tata cara pembuangan sampah yang benar, serta menyediakan fasilitas daur ulang yang memadai. Selain itu, aturan yang jelas tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh pengunjung, seperti larangan membuang sampah sembarangan dan mendorong penggunaan wadah sampah yang disediakan, dapat diterapkan untuk menjaga kebersihan dan keindahan Taman Narmada bagi semua pengunjung.

2. Menggunakan media sosial untuk melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang cara berkontribusi secara positif dalam bidang pariwisata

Penelitian yang dilakukan oleh Buhalis (2020) menunjukkan bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk sosialisasi dan edukasi masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial, Taman Narmada dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat sekitar tentang manfaat pariwisata, termasuk dampak ekonomi positif, peluang pekerjaan, dan peningkatan infrastruktur lokal. Kampanye sosialisasi juga dapat mencakup edukasi tentang pentingnya menjaga lingkungan, menjaga kebersihan, dan memelihara warisan budaya. Melalui konten yang informatif, menarik, dan edukatif di media sosial seperti Instagram,

Facebook, dan YouTube, Taman Narmada dapat meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar dan menginspirasi mereka untuk berkontribusi secara positif dalam pengembangan dan pemeliharaan destinasi pariwisata.

3. Menarik investor melalui *platform* digital untuk berkontribusi pada pengembangan Taman Narmada (W3, O2, O3)

Teknologi digital telah terbukti dapat membantu dalam mencari investor untuk pengembangan pariwisata (Dougru, 2018) Dengan memanfaatkan platform digital seperti *website*, *platform* crowdfunding, dan media sosial seperti LinkedIn dan Twitter, Taman Narmada dapat menghubungi calon investor dan memperkenalkan potensi investasi yang menarik di taman ini. Informasi yang lengkap tentang proyek pengembangan, potensi keuntungan, serta manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar dapat disampaikan melalui platform digital ini.

4. Menyelenggarakan penyuluhan bagi masyarakat sekitar tentang pentingnya pengelolaan sampah dengan melibatkan dinas terkait

Menyelenggarakan penyuluhan bagi masyarakat sekitar tentang pentingnya pengelolaan sampah merupakan langkah yang baik dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, terutama di kawasan wisata seperti Taman Narmada. Berdasarkan penelitian oleh (JHMMMeta, n.d.) menunjukkan bahwa pelatihan dan sosialisasi efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan. Dengan melibatkan dinas terkait seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Pariwisata, program penyuluhan ini dapat memberikan edukasi yang komprehensif tentang praktik pengelolaan sampah yang baik dan benar.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

1. Menerapkan aturan tentang pengelolaan sampah

Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat dan PT Patuh Patuh Padju perlu menerapkan aturan yang tegas tentang pengelolaan sampah di Taman Narmada. Pengelolaan sampah berdasarkan Undang-undang Nomor 18 tahun 2008 adalah usaha dan kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang terdiri dari dua bagian yaitu pengurangan dan penanganan sampah. Berdasarkan undang-undang tersebut, bahwa sampah yang dikelola adalah sampah yang digolongkan ke dalam tiga golongan yaitu ; sampah rumah tangga, sampah sejenis rumah tangga maupun sampah spesifik. Dengan menerapkan aturan tentang pengelolaan sampah diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat di Taman Narmada. Aturan ini harus mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilahan sampah di sumbernya, pengumpulan, pengangkutan, hingga proses daur ulang dan pembuangan akhir yang sesuai dengan standar lingkungan. Berdasarkan undang-undang tersebut maka setiap rumah tangga, tempat usaha, dan fasilitas umum perlu diberikan panduan yang jelas tentang cara memilah sampah organik dan anorganik, serta waktu dan tempat pembuangan yang ditentukan.

2. Menerapkan aturan tentang zonasi pedagang

Menerapkan aturan tentang zonasi pedagang di kawasan Taman Narmada penting dilakukan untuk menjaga ketertiban, kenyamanan, dan estetika taman sebagai destinasi wisata. Jika melihat konsep tripartite attraction design model maka pedangan ini seharusnya ditempatkan di *Zone of Closure* sehingga keberadaannya tidak mengancam kelestarian Taman Narmada. Konsep tripartite attraction design model adalah salah satu konsep yang dikemukakan oleh (Gunn, 1972). Konsep Tripartitet ini merupakan pedoman yang dapat diterapkan dalam perencanaan, penataan dan pembangunan daya tarik wisata yang secara umum memberikan gambaran terhadap pembagian area. Lebih spesifik konsep ini bertujuan untuk memberikan pengaturan, baik dari segi penataan lansekap maupun dari segi penempatan dan penataan bangunan-bangunan fasilitas untuk peruntukan keperluan pengunjung maupun fasilitas penunjang lainnya. (Gunn, 1972). Dengan menetapkan zona-zona khusus bagi pedagang, pengelola taman dapat memastikan bahwa aktivitas perdagangan tidak mengganggu kenyamanan pengunjung atau merusak pemandangan alam yang indah.

3. Melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang sadar wisata dan Sapta Pesona

Menurut (Ajao Ganiyu & Olusola Elizabeth, 2012) Sapta Pesona adalah unsur yang penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Tujuan diselenggarakan program Sapta Pesona Wisata oleh pemerintah guna meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab seluruh lapisan masyarakat untuk mampu bertindak dan mewujudkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari khususnya untuk mendukung kegiatan pariwisata di Indonesia. Dengan melakukan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang sadar wisata dan Sapta Pesona merupakan inisiatif penting untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Taman Narmada dan sekitarnya. Melalui sesi pelatihan yang interaktif dan praktis, masyarakat akan diajak untuk memahami peran mereka dalam mendukung pariwisata, seperti menjaga kebersihan, menyambut wisatawan dengan ramah, dan melestarikan budaya serta lingkungan setempat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Taman Narmada memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata *heritage* (warisan) berkelanjutan di Kabupaten Lombok Barat. Hasil identifikasi menemukan bahwa belum terdapat koordinasi yang baik antar stakeholder. Sehingga untuk mengembangkan Taman Narmada menjadi daya tarik wisata *heritage* yang berkelanjutan, yang perlu dilakukan adalah koordinasi dan kesepakatan antar stakeholder sehingga dapat menentukan bersama mengenai strategi mana yang akan diterapkan. Dengan melakukan hal tersebut, masing-masing stakeholder dapat menjalankan tugas dan kewajibannya secara maksimal tanpa adanya intervensi dari masing-masing pihak.

Saran dan rekomendasi yang dapat diberikan agar Taman Narmada dapat berkembang yaitu : Pada Dinas Pariwisata Lombok Barat, 1) Melaksanakan koordinasi yang baik antara Dinas Pariwisata, PT Tripat, dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) untuk menyusun rencana strategi pengembangan Taman Narmada daya tarik wisata heritage (warisan) berkelanjutan. 2) Menentukan zonasi yang jelas dengan bantuan BPCB untuk menentukan area cagar budaya dan area komersial serta menata ulang penempatan pedagang agar tidak mengganggu estetika dan kelestarian bangunan bersejarah. Kepada PT Patuh Patut Patju: 1) Meningkatkan pengelolaan kebersihan terutama di area toilet dan tempat sampah. 2) Menyusun program yang menarik seperti pemanduan sejarah, pertunjukan seni tradisional, dan pameran untuk menekankan nilai-nilai budaya dan sejarah Taman Narmada kepada wisatawan. 3) Menyusun larangan dan peraturan bagi wisatawan seperti larangan membuang sampah sembarangan, larangan vandalisme, serta himbauan untuk menghormati nilai-nilai budaya dan sejarah Taman Narmada. 4) Bersikap tegas pada pada zonasi (penempatan) pedagang agar kawasan Taman Narmada tidak kumuh. Kepada Balai Pelestarian Cagar Budaya: 1. Disarankan agar menyiapkan laboratorium di Taman Narmada untuk menyediakan alat-alat restorasi pada bangunan historikal sehingga konservasi lebih cepat ditangani. 2. Melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk menentukan zonasi antara area cagar budaya dan area komersial serta menata ulang penempatan pedagang agar tidak mengganggu estetika dan kelestarian bangunan bersejarah.

PENELITIAN LANJUTAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah menyusun 4 set strategi yaitu Strategi SO (*Strength - Opportunities*), Strategi ST (*Strength - Threats*), Strategi WO (*Weaknes - Opportunities*) dan Strategi WT (*Weaknes - Threats*) tanpa mengetahui dampak dari strategi tersebut Sehingga diharapkan kedepannya dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai dampak dari penerapan strategi tersebut pada Taman Narmada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian. Disampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajao Ganiyu, R., & Olusola Elizabeth, A. (2012). Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty? In *Australian Journal of Business and Management Research* (Vol. 2, Issue 07).
- Bangun Mulia, V. (2021). Memahami Dan Mengelola Dampak Pariwisata. *Jurnal Kepariwisataan*, 20(1), 75-85. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.439>
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., & Beldona, S. (2020). "Technology in tourism: from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism." *Tourism Review*, 75(1). (<https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>)
- Chheang, V. (2011). "Angkor heritage tourism and tourist perceptions." *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 6(2), 213-240. (http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_6_No2_art13.pdf)
- Claire Gunn. 1972. *Vacation Scape : Designing Tourist Regions*. Bureau of Business Research University of Texas at Austin
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice - Third Edition*. Pearson Education.
- Dogru, T., Isik, C., & Sirakaya-Turk, E. (2019). "The balance of trade and exchange rates: Theory and contemporary evidence from tourism." *Tourism Management*, 74, 12-23. (<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.014>)
- Kubickova, M., & Smith, S. J. (2019). "Role of destination competitiveness and national corruption in hotel performance: A study of developing economies of Central America." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(3), 354-377. (<https://doi.org/10.1080/15256480.2017.1359734>)
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). "Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism." CABI, 2019.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, Johnny Saldaña. (1984). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. Sage:Los Angeles. Edition 3
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Widiati, I. A. P., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *KERTHA WICAKSANA*, 16(1), 35-44. <https://doi.org/10.22225/kw.16.1.2022.35-44>