



OPTIMALISASI SISTEM PEMASARAN DILIHAT DARI INTERNAL USAHA KULINER DALAM Mendukung EKOWISATA PADA KAWASAN PANTAI CEMARA (KASUS DUSUN CEMARA DESA LEMBAR SELATAN KABUPATEN LOMBOK BARAT – PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT)

Dewi Risprawati, SE., MM ¹

drispawati@yahoo.com

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Mataram

InfoArtikel

Sejarah Artikel:
Diterima Juli 2018
Disetujui Oktober 2018
Dipublikasikan Desember 2018

KataKunci:
Optimalisasi dan Sistem Pemasaran

Keywords:
Optimization and Marketing Systems

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengoptimalkan sistem pemasaran dilihat dari internal usaha kuliner para pedagang dan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari usaha kuliner yang ada di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu tujuan objek wisata yang ada di Pulau Lombok – Provinsi Nusa Tenggara Barat yang mempunyai daya tarik tersendiri, dengan adanya tanaman bakau/mangrove disepanjang pesisir Pantai Cemara. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kasus (studi kasus). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta alat pengumpulan data yang digunakan berupa daftar pertanyaan. Penelitian ini menggunakan metode analisa data yaitu berupa Tabel IFAS (Internal Strategic Analysis Summary), yang diperjelas dengan Matrik Space analisis.

Hasil Penelitian dapat diketahui sistem pemasaran usaha kuliner dapat dioptimalkan dengan memperhatikan sistem pemasaran antara lain: menawarkan produk yang dijual beraneka ragam, harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh pengunjung, mengoptimalkan promosi, pendistribusian makanan kuliner yang ditawarkan dapat secara langsung dan souvenir/kerajinan tangan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat melalui sarana media massa dan internet agar dapat diketahui produk daerah setempat hingga ke manca negara. Pemerintah Daerah setempat harus memfokuskan untuk mengembangkan objek wisata Pantai Cemara, salah satunya dengan memfasilitasi transportasi ke tempat objek wisata Pantai Cemara.

Abstract

This study aims to optimize the marketing system viewed from the internal culinary business of traders and can identify the strengths and weaknesses of the culinary business in the area of Cemara Beach Cemara Hamlet South Sheet Village West Lombok District - West Nusa Tenggara Province. Cemara Hamlet South Lembar Village West Lombok regency - West Nusa Tenggara Province is one of the tourist destination that exist in Lombok Island - West Nusa Tenggara Province which has its own attraction, with the existence of mangrove plants along the coast of Cemara Beach. This research type is descriptive research, with data collection method used is case method (case study). Data collection techniques used are methods of observation, interviews and documentation and data collection tools used in the form of a list of questions. This research uses data analysis method that is IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) table, which is clarified with Space Analysis Matrix.

The results of the research can be known marketing system culinary business can be optimized by paying attention to the marketing system, among others: offer products sold various kinds, the price offered can be affordable by visitors, optimizing promotions, the distribution of culinary food offered directly and souvenir/handwriting that exist in the Cemara Coast Cemara Hamlet South Lembar Village West Lombok regency - West Nusa Tenggara Province can be through mass media and internet to be able to known to local products to foreign countries. Local government should focus on developing Cemara Beach attractions, one of them by facilitating transportation to the place of Cemara Beach attractions.

¹ Alamat korespondensi:
Jl.Sidodadi Timur Nomor 24- Dr.Cipto
Semarang-Indonesia 50125
Kampus UPGRIS, Gedung Pusat

PENDAHULUAN

Pulau Lombok salah satu pulau yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang terkenal keindahan panorama alamnya hingga ke manca negara. Kabupaten Lombok Barat adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang menjadi destinasi wisata baik wisatawan dalam negeri maupun manca negara. Kabupaten Lombok Barat terkenal dengan wisata alam dan wisata religi, khususnya pada Dusun Cemara. Dusun Cemara terletak di Desa Lembar Selatan Kecamatan Lembar Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu kawasan objek wisata di Pulau Lombok, yang terkenal karena keindahan tanaman bakau/mangrove yang banyak dijumpai ketika memasuki Dusun Cemara dan di sepanjang pesisir pantai dengan panorama alam yang masih alami.

Di sepanjang aliran muara sungai Dusun Cemara terdapat keunikan hutan mangrove yang indah dan eksotis, berbentuk bundar yang mengikuti aliran muara sungai yang nampak memukau menjadi pembatas antara muara sungai dengan daratan di sekitarnya, serta menjadi pembendung dari terjangan ombak di laut. Keindahan ekowisata mangrove Lembar Selatan dapat dinikmati jika mengelilingi kawasan mangrove dengan menggunakan sampan. Mengelilingi hutan mangrove

dapat dilakukan kurang lebih satu jam perjalanan dengan melihat - lihat panorama yang indah. Para pengunjung yang berwisata ke Pantai Cemara sampai saat ini belum dibebankan tiket masuk. Ekowisata Pantai Cemara yang memiliki keunikan hutan mangrove ini, masih tergolong wisata baru. Kehadiran objek wisata Pantai Cemara dengan keunikan hutan mangrovenya, dibuka pada tahun 2015 oleh Dinas Kelautan dan Perikanan bersama pihak Desa Lembar Selatan.

Pantai Cemara merupakan objek wisata yang terletak di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat merupakan tempat wisata unggulan banyak dikunjungi para wisatawan dalam negeri maupun manca negara. Para pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Pantai Cemara dapat melihat keindahan alam, melihat sunset, kapal feri yang lalu lalang dari pelabuhan lembar ke padang bai Bali, dan dapat menikmati kuliner yang ditawarkan para pedagang yang ada di sepanjang pesisir Pantai Cemara. Pedagang yang menjajakan jualannya menawarkan makanan kuliner khas Sasak seperti; sate bulayak, plecing, urap, olah-olah, beberoq, ares, pelalah, ikan rajang, sate pusut, ikan bakar, sate ikan khas Cemara dan lainnya. Para pedagang menawarkan makanan kuliner dengan harga yang relatif terjangkau.

Disamping nyaman, keamanan pun terjamin dengan tempat parkir yang tetap dijaga serta tempat ibadah yang tersedia di lokasi wisata. Masyarakat di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan masih ramah terhadap para pengunjung yang datang. Para pengunjung yang datang baik dari wisatawan dalam negeri maupun manca negara dapat menambah pendapatan ekonomi para warga masyarakat di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan. Dalam memperkenalkan objek wisata pantai cemara dilakukan melalui media elektronik melalui tayangan promosi pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat di televisi dan dari mulut ke mulut yang telah datang mengunjungi objek wisata Pantai Cemara. Beberapa tahun terakhir menunjukkan kemajuan yang pesat terhadap pendapatan ekonomi warga sekitarnya, dengan banyaknya aktivitas warga yang berjualan usaha kuliner yang membawa berkah tersendiri bagi para pedagang.

Di Pantai Cemara dibangun warung-warung kecil yang menjual makanan siap saji dengan olahan khas Sasak. Namun, jajanan dan souvenir/kerajinan tangan khas Sasak yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat tidak ada ditawarkan kepada para pengunjung. Dengan fasilitas yang sederhana di Pantai Cemara dapat

menunjang aktivitas pariwisata di kawasan Dusun Cemara. Cemara di masa yang akan datang dapat memanjakan keluarga dengan nuansa kekeluargaan dan lokasi wisata di Pantai Cemara ini dapat mudah dijangkau lokasinya dari perkotaan, murah dan dapat terjangkau oleh pengunjung turis lokal. Namun pengunjung yang datang ke tempat objek wisata pada saat ini harus menggunakan kendaraan pribadi, karena tidak tersedianya transportasi umum yang mengantarkan para pengunjung ke objek wisata tersebut. Pemerintah Daerah setempat harus memperhatikan lagi sistem pemasaran yang masih kurang dalam memperkenalkan obyek wisata di Pantai Cemara, seperti kurangnya promosi yang optimal dalam memperkenalkan Pantai Cemara ke para wisatawan lokal maupun manca negara, sehingga ke depannya objek wisata Pantai Cemara akan lebih dikenal dan dapat berkembang lebih maju lagi dalam promosi pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pemerintah Daerah setempat juga harus memfokuskan untuk mengembangkan objek wisata Pantai Cemara.

Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana cara mengoptimalkan sistem pemasaran dilihat dari internal usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara

Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat?

LANDASAN TEORI

Rencana bisnis yang baik, merupakan gambaran bagaimana memperoleh suatu kekayaan atau cara memperoleh keuntungan dari suatu usaha (Alma, 2008: 220). Menurut Alma, 1999: 21, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industry yang menyediakan barang dan jasa, untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat (Sutarno, 2012: 1). Tujuan utama dari bisnis ialah mencari keuntungan, mengejar pertumbuhan, meningkatkan efisiensi, dan melindungi masyarakat (bagi kegiatan bisnis yang tidak mengejar keuntungan) (Alma, 1997:2).

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Menurut Swastha dan Sukotjo (2002:179) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan

barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Sofjan Assauri, 2002: 5). Menurut William J. Stanton (Swastha, 2002: 10): “Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”. Pemasaran adalah suatu fungsi perusahaan yang selalu berusaha menjawab tantangan perubahan lingkungan.

Perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya agar memperoleh kemajuan usaha dan berkembang. Oleh karena itu kita harus melihat adanya perubahan lingkungan tersebut dan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan tersebut dan menyusun rencana untuk menyesuaikannya (Gitosudarmo, 2001: 192-193). Menurut Sofjan Assauri, 2002; 154, bahwa penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan

ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi (Swastha, 2002:42). Menurut Kotler, Philip; Hoon, Swee, A; Meng, Siew, L; Tiong, Chin, T, (2000: 123): Bauran Pemasaran (marketing mix) adalah “serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran”. Menurut Corey (dalam Dolan, 1991), strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait (Fandy Tjiptono, 1997:6):

1. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani.
2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, desain penawaran individual pada masing-masing lini.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, personal

selling, promosi penjualan, direct marketing, dan public relation.

Promosi adalah salah satu teknik yang berhasil menerobos selera dan keinginan orang-orang, menciptakan citra yang mampu mempengaruhi sejumlah orang-orang yang ingin mengenalkan diri sendiri melalui citra tersebut (Salah Wahab, 1988:28). Menurut Fandy Tjiptono (1997:221) Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Beberapa Bauran Promosi antara lain (Tjiptono Fandy, 1997:224): Personal Selling, Mass Selling, Promosi Penjualan, Public Relations (Hubungan Masyarakat), dan Direct Marketing.

Dilihat dari sisi ekonomi, pemberian klasifikasi mengenai jenis-jenis pariwisata dianggap penting karena dapat ditentukan beberapa penghasilan devisa yang diterima dari suatu pariwisata yang dikembangkan di suatu tempat atau daerah tertentu. Adapun jenis wisata yang telah dikenal di masa ini antara lain: (Pendit N.S., 1994:41) : Wisata Budaya, Wisata Konvensi, Wisata Sosial, Wisata Cagar Alam, dan Wisata Bulan Madu.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kasus (studi kasus), yang bertujuan untuk mengoptimalkan sistem pemasaran dari usaha kuliner para pedagang yang berada pada kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari usaha kuliner yang berada pada objek wisata Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat. Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan Tabel IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha kuliner pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang diperjelas dengan Matrik Space analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta alat pengumpulan data yang digunakan berupa daftar pertanyaan. Dengan melalui beberapa tahapan yang dijelaskan yang terdiri dari: pengumpulan informasi melalui informan yang compatible terhadap penelitian, reduksi

data yaitu proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan. Memilih informasi mana yang dianggap sesuai dalam mengoptimalkan sistem pemasaran usaha kuliner. Pada tahap akhir berupa kesimpulan atau verifikasi, yang mencari arti pola-pola penjelasan konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa terhadap usaha kuliner pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kuliner di kawasan tersebut. Dengan melihat analisa internal usaha kuliner dalam mendukung ekowisata di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang dapat dilihat pada Tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) yang diukur menggunakan bobot, rating, dan skor terhadap faktor strategis internal (Rangkuti, 2004: 25), maka dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok

Barat - Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kemudian akan diperjelas dengan menggunakan Matrik Space Analisis. Dengan menggunakan Tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat –Provinsi Nusa Tenggara Barat antara lain:

1. Kekuatan:

Kekuatan yang dimiliki dari usaha kuliner pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu: Memiliki panorama alam yang masih alami, Pantai Cemara memiliki tanaman mangrove yang eksotik, Menu makanan yang ditawarkan khas sasak, Harga menu makanan kuliner terjangkau, Sistem Pemasaran (pendistribusian) usaha kuliner dilakukan secara langsung, Lokasi wisata ke pantai Cemara mudah dijangkau dari perkotaan, Objek wisata unggulan di Kabupaten Lombok Barat, Dikunjungi para wisatawan lokal dan wisatawan asing, Tingginya jumlah pengeluaran wisatawan (dari sisi konsumsi, transportasi, dan akomodasi), Memiliki fasilitas yang memadai, Tingginya minat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Pantai Cemara, dan

Kerjasama yang baik dengan pemerintah daerah dan instansi terkait.

2. Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki dari usaha kuliner dalam meningkatkan ekowisata pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu: Kurangnya sarana transportasi menuju ke lokasi objek wisata Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat, Menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi, Jajanan tradisional khas sasak tidak ditawarkan ke para pengunjung, Souvenir khas sasak di lokasi objek wisata tidak ada dijumpai untuk ditawarkan kepada para pengunjung, Promosi objek pariwisata Pantai Cemara kurang optimal dilakukan, dan Konsentrasi terhadap objek wisata Pantai Cemara Di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Di Kabupaten Lombok Barat kurang optimal.

Berikut merupakan Tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) usaha kuliner pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai berikut:

Tabel 1. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Usaha Kuliner pada Kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat

– Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun
2017

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			
1. Memiliki panorama alam yang masih alami.	0,043	4	0,17
2. Pantai Cemara memiliki tanaman <i>mangrove</i> yang eksotik.	0,103	4	0,41
3. Menu makanan yang ditawarkan khas sasak.	0,086	4	0,34
4. Harga menu makanan kuliner terjangkau.	0,086	4	0,24
5. Sistem Pemasaran (pendistribusian) usaha kuliner di lakukan secara langsung.	0,060	4	0,02
6. Lokasi wisata ke pantai Cemara mudah dijangkau dari perkotaan.	0,008	3	0,27
7. Objek wisata unggulan di Kabupaten Lombok Barat.	0,008	3	0,20
8. Dikunjungi para wisatawan lokal dan wisatawan asing.	0,068	4	0,07
9. Tingginya jumlah pengeluaran wisatawan (dari sisi konsumsi, transportasi, dan akomodasi)	0,051	4	0,37
10. Memiliki fasilitas yang memadai.	0,026	3	0,05
11. Tingginya minat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Pantai Cemara.	0,026	3	0,30
12. Kerjasama yang baik dengan pemerintah daerah dan instansi terkait.	0,094	4	0,13
	0,017	3	
	0,077	4	
	0,034	4	
Jumlah	0,667	45	2,61
Rata-rata skor			0,21
Kelemahan:			
1. Kurangnya sarana transportasi menuju ke lokasi objek wisata Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat.	0,063	1	0,06
2. Menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi.	0,079	1	0,07
3. Jajanan tradisional khas sasak tidak ditawarkan ke para pengunjung.	0,048	2	0,09
4. Souvenir khas sasak di lokasi objek wisata tidak ada dijumpai untuk ditawarkan kepada para pengunjung.	0,016	3	0,04
5. Promosi objek pariwisata Pantai Cemara kurang optimal dilakukan.	0,095	1	0,09
6. Konsentrasi terhadap objek wisata Pantai Cemara Di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Di Kabupaten Lombok Barat kurang optimal.	0,032	2	0,06
Jumlah	0,333	10	0,44
Rata-rata skor			0,07
Total bobot dan skor	1		3,06

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil analisis internal untuk kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha kuliner dalam meningkatkan ekowisata di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat - Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tabel 1. Menunjukkan bahwa jumlah rata-rata skor dari kekuatan internal yang dimiliki oleh usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat sebesar 0,218. Dengan jumlah rata-rata skor dari kekuatan yang dimiliki usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, menunjukkan bahwa masih bisa

untuk mengurangi kelemahan internal yang ada pada usaha kuliner, di mana jumlah rata-rata skor untuk kelemahan internal usaha kuliner sebesar 0,074. Total skor untuk nilai kekuatan yang dimiliki usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 2,167 sehingga dapat membantu dalam mengurangi kelemahan internal usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 0,445. Dengan melihat keadaan ini maka menunjukkan bahwa dari segi internal usaha kuliner di kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat masih memiliki kekuatan untuk memperkecil kelemahan yang ada.

Matrik Space Analysis tujuannya untuk melihat posisi usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat serta untuk melihat arah perkembangan selanjutnya, seperti pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Matrik Space Analysis usaha kuliner dalam meningkatkan ekowisata pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2017

Posisi faktor Strategi Internal	Rating
Kekuatan:	
1. Memiliki panorama alam yang masih alami.	4
2. Pantai Cemara memiliki tanaman <i>mangrove</i> yang eksotik.	4
3. Menu makanan yang ditawarkan khas sasak.	4
4. Harga menu makanan kuliner terjangkau.	4
5. Sistem Pemasaran (pendistribusian) usaha kuliner di lakukan secara langsung.	4
6. Lokasi wisata ke pantai Cemara mudah dijangkau dari perkotaan.	4
7. Objek wisata unggulan di Kabupaten Lombok Barat.	3
8. Dikunjungi para wisatawan lokal dan wisatawan asing.	4
9. Tingginya jumlah pengeluaran wisatawan (dari sisi konsumsi, transportasi, dan akomodasi)	4
10. Memiliki fasilitas yang memadai.	4
11. Tingginya minat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Pantai Cemara.	3
12. Kerjasama yang baik dengan pemerintah daerah dan instansi terkait.	4
	3
	4
	4
Jumlah rating kekuatan	45
Kelemahan:	
1. Kurangnya sarana transportasi menuju ke lokasi objek wisata Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat.	-1
2. Menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi.	-1
3. Jajanan tradisional khas sasak tidak ditawarkan ke para pengunjung.	-2
4. Souvenir khas sasak di lokasi objek wisata tidak ada dijumpai untuk ditawarkan kepada para pengunjung.	-3
5. Promosi objek pariwisata Pantai Cemara kurang optimal dilakukan.	-1
6. Konsentrasi terhadap objek wisata Pantai Cemara Di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Di Kabupaten Lombok Barat kurang optimal.	-2
Jumlah rating kelemahan	-10

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka dapat diketahui jumlah rating kekuatan sebesar 45 dan jumlah rating kelemahan sebesar -10. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka posisi usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, pada posisi garis horizontal sebesar 2,08.

Optimalisasi dalam meningkatkan usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan memperhatikan sistem pemasaran sebagai berikut: menawarkan produk yang dijual beraneka ragam jenis kuliner selain makanan dan dapat menawarkan jajanan khas Sasak serta souvenir/kerajinan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh pengunjung, promosi yang dapat dilakukan antara lain; dengan memasang iklan pada media cetak, elektronik, internet tentang daya tarik objek pariwisata dari panorama keindahan pantai Cemara Kabupaten Lombok Barat - Provinsi Nusa Tenggara Barat yang merupakan salah satu destinasi wisata di Pulau Lombok, dapat menyebar brosur-brosur, dan pamflet tentang objek pariwisata pantai Cemara ke lembaga pemerintah, dan masyarakat umumnya, pendistribusian makanan kuliner yang ditawarkan dapat secara langsung dan souvenir/kerajinan tangan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat melalui sarana media massa dan internet agar dapat diketahui

produk daerah setempat hingga ke manca negara. Pemerintah Daerah setempat harus memfokuskan untuk mengembangkan objek wisata Pantai Cemara, salah satunya dengan

memfasilitasi transportasi ke tempat objek wisata Pantai Cemara.

SIMPULAN DAN SARAN

simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Tabel IFAS dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha kuliner dari usaha kuliner pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu: memiliki panorama alam yang masih alami, Pantai Cemara memiliki tanaman *mangrove* yang eksotik, menu makanan yang ditawarkan khas sasak, harga menu makanan kuliner terjangkau, sistem pemasaran (pendistribusian) usaha kuliner dilakukan secara langsung, lokasi wisata ke pantai Cemara mudah dijangkau dari perkotaan, objek wisata unggulan di Kabupaten Lombok Barat, dikunjungi para wisatawan lokal dan wisatawan asing, tingginya jumlah pengeluaran wisatawan (dari sisi konsumsi, transportasi, dan akomodasi), memiliki fasilitas yang memadai, tingginya minat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Pantai Cemara, dan kerjasama yang baik dengan pemerintah daerah dan instansi terkait.

2. Kelemahan yang dimiliki dari usaha kuliner dalam meningkatkan ekowisata pada kawasan Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu: kurangnya sarana transportasi menuju ke lokasi objek wisata Pantai Cemara di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat, menu makanan yang ditawarkan kurang bervariasi, jajanan tradisional khas sasak tidak ditawarkan ke para pengunjung, souvenir khas sasak di lokasi objek wisata tidak ada dijumpai untuk ditawarkan kepada para pengunjung, promosi objek pariwisata Pantai Cemara kurang optimal dilakukan, dan konsentrasi terhadap objek wisata Pantai Cemara Di Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Di Kabupaten Lombok Barat kurang optimal.
3. Optimalisasi dalam meningkatkan usaha kuliner dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan memperhatikan sistem pemasaran sebagai berikut: menawarkan produk yang dijual beraneka ragam jenis kuliner selain

makanan dan dapat menawarkan jajanan khas Sasak serta souvenir/kerajinan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat, harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh pengunjung, promosi yang dapat dilakukan antara lain; dengan memasang iklan pada media cetak, elektronik, internet tentang daya tarik objek pariwisata dari panorama keindahan pantai Cemara Kabupaten Lombok Barat - Provinsi Nusa Tenggara Barat yang merupakan salah satu destinasi wisata di Pulau Lombok, dapat menyebar brosur-brosur, dan pamflet tentang objek

Saran

Dalam rangka mengoptimalkan sistem pemasaran dilihat dari internal usaha kuliner para pedagang dalam mendukung ekowisata pada kawasan Pantai Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan memperhatikan sistem pemasaran seperti menawarkan produk yang dijual beraneka ragam, harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh

pariwisata pantai Cemara ke lembaga pemerintah, dan masyarakat umumnya, pendistribusian makanan kuliner yang ditawarkan dapat secara langsung dan souvenir/kerajinan tangan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat melalui sarana media massa dan internet agar dapat diketahui produk daerah setempat hingga ke manca negara. Pemerintah Daerah setempat harus memfokuskan untuk mengembangkan objek wisata Pantai Cemara, salah satunya dengan memfasilitasi transportasi ke tempat objek wisata Pantai Cemara.

pengunjung, mengoptimalkan promosi, pendistribusian makanan kuliner yang ditawarkan dapat secara langsung dan souvenir/kerajinan tangan yang ada di Kawasan Pantai Cemara Dusun Cemara Desa Lembar Selatan Kabupaten Lombok Barat – Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat melalui sarana media massa dan internet agar dapat diketahui produk daerah setempat hingga ke manca negara. Pemerintah Daerah setempat harus memfokuskan untuk mengembangkan objek wisata Pantai

Cemara, salah satunya dengan memfasilitasi transportasi ke tempat objek wisata Pantai Cemara.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2008, Kewirausahaan, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, 1999, Pengantar Bisnis, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, 1997, Dasar - Dasar Bisnis Dan Pemasaran, Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan, 2002, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat, 2018, Profil Pariwisata Pantai Cemara Kabupaten Lombok Barat, <http://dispar.lombokbaratkab.go.id>.
- Indriyo, Gitosudarmo, 2001, Manajemen Strategis, Yogyakarta: BPF.
- Kotler, P; Hoon, Swee, A; Meng, Siew, L; Tiong, Chin, T, 2000, Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Yogyakarta: ANDI.
- Nazir, Moh, 1999, Metodologi Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pendit, N.S, 1994, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pesona Hutan Mangrove Lembar Selatan, 2017, <http://wisata-alam.kampung-media.com>.
- Rangkuti, Freddy, 2004, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utami.
- Sutarno, 2012, Serba – Serbi Manajemen Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu, DH, 2002, Azas-Azas Marketing, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu, dan Sukotjo, Ibnu, 2002, Pengantar Binis Modern, Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy, 1997, Strategi Pemasaran Edisi II, Yogyakarta: ANDI.
- Wahab, Salah, 1988, Manajemen Kepariwisataaan, Jakarta: PT. Pradnya Paramita