

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG
TENUN OLEH DINAS PEMUDA OLAHRAGA DAN
PARIWISATA KOTA SAMARINDA**

Sapril Nurul Ramdanis, Heryono Susilo Utomo

**eJournal Administrasi Publik
Volume 12, Nomor 4, 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN PENERBITAN ARTIKEL EJOURNAL

Artikel eJournal dengan identitas sebagai berikut:

Judul : Strategi Pengembangan Wisata Kampung Tenun Oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Samarinda.

Pengarang : Sapril Nurul Ramdanis

NIM : 2002016022

Program Studi : Administrasi Publik

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

telah diperiksa dan disetujui untuk dionlinekan di eJournal Program Studi Administrasi Publik Fisip Unmul.

Samarinda, 30 September 2024

Pembimbing,



Heryono Susilo Utomo
NIP. 195910231988031010

Bagian di bawah ini

DIISI OLEH ADMIN EJOURNAL ADMINISTRASI PUBLIK

Identitas terbitan untuk artikel di atas

Nama Terbitan : eJournal Administrasi Publik	 Koordinator Program Studi Administrasi Publik  Dr. Fajar Apriani, M.Si. NIP 19830414 200501 2 003
Volume : 12	
Nomor : 4	
Tahun : 2024	
Halaman : 1179-1191	

HAMBATAN DALAM PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG TENUN KOTA SAMARINDA

Sapril Nurul Ramdanis¹, Heryono Susilo Utomo²

Abstrak

Dalam pengembangan perekonomian bidang pariwisata tentu menjadi bidang yang menjanjikan. Samarinda merupakan daerah dengan potensi budaya dan wisata yang menarik salah satunya adalah Wisata Kampung Tenun. Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda berlokasi di pesisir Sungai Mahakam atau lebih tepatnya di Kelurahan Tenun, Kecamatan Samarinda Seberang, disana terdapat banyak pengrajin tenun khas Kota Samarinda yang menjadi daya tarik bagi wisata ini. Namun kawasan ini memiliki berbagai permasalahan dari wisata yang berada di kawasan yang kurang memadai, infrastruktur kepariwisataan yang belum terpenuhi, pengunjung yang semakin sepi, serta masalah regenerasi pengrajin tenun. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan Wisata Kampung Tenun. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan kajian pustaka, observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam terhadap pengelola Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda yang kemudian dilanjutkan dengan menganalisis data menggunakan metode Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata ini memiliki banyak keunggulan seperti masih banyaknya pengrajin aktif, produk tenun juga menjadi pendapat masyarakat, serta akses yang mudah dijangkau, namun tidak didukung dengan infrastruktur kepariwisataan yang memadai. Berdasarkan hasil analisis SWOT Wisata Kampung Tenun diperoleh bahwa Wisata Kampung Tenun berada pada kuadran 1 atau strategi SO yang mendukung pertumbuhan agresif memungkinkan untuk meningkatkan kualitas hasil tenun, menambah daya tarik wisata, dan memaksimalkan pemasaran pada destinasi wisata.

Kata Kunci : *strategi pengembangan, analisis SWOT, Wisata Kampung Tenun*

Pendahuluan

Dalam pengembangan perekonomian bidang pariwisata tentu menjadi bidang yang menjanjikan di luar dari sektor migas dan pajak. Samarinda merupakan daerah dengan potensi budaya dan wisata yang tak kalah menarik dibandingkan dengan destinasi lain di Indonesia. Kota Samarinda banyak dikunjungi wisatawan sehingga memiliki banyak tempat wisata menarik dibandingkan daerah lainnya (Celebes.co). Melalui Peraturan Daerah Kota

¹ Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: snramdanis02@gmail.com

² Dosen Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Samarinda No. 4 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2019-2025, Pemerintah Kota Samarinda telah membuat rencana dalam rangka pengembangan pariwisata. Objek Wisata Kampung Tenun menjadi salah satu dari contoh pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Samarinda.

Kampung Tenun terkenal sebagai pusat kerajinan sarung Samarinda. Dalam konteks wisata, tempat yang diberi nama Kampung Tenun ini dapat dikategorikan dalam 2 kategori, yaitu destinasi wisata dan warisan budaya (Windiawati et al., 2020). Kampung Tenun Kota Samarinda mempunyai potensi yang baik sekali sebagai satu dari banyaknya destinasi wisata di Kota Samarinda dikarenakan terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan pada destinasi wisata ini walaupun terdapat pula beberapa dimensi yang menjadi kekurangan dalam pengembangan Wisata Kampung Tenun di Kota Samarinda.

Meskipun pemerintah telah melakukan berbagai upaya pengembangan, namun hasilnya belum sepenuhnya maksimal. Beberapa hal tersebut khususnya pada infrastruktur pada kawasan wisata di mana akses jalan pada daerah wisata masih sulit di akses dikarenakan jalan yang kecil dan berada di daerah padat penduduk. Berikut adalah akses jalan pada kampung tenun oleh pemerintah pada tahun 2024.

Gambar 1. Akses jalan pada Kampung Tenun



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Selain itu, kondisi dari Kampung Tenun menunjukkan bahwa semakin sedikit ditemui masyarakat yang menenun di objek wisata dikarenakan permasalahan seperti adanya penyusutan pada regenerasi pengrajin sarung tenun akibat kurangnya minat dari generasi sekarang (Sudarmayasa & Nala, 2019). Dari aspek daya dukung wisata, seperti sarana penunjang pada objek wisata Kampung Tenun terkhusus pada *amenities* yang meliputi seperti prasarana jalan yang baik,

hotel, restoran dan pusat informasi masih sangat jarang ditemui. Kondisi akses jalan yang sempit ditambah dengan banyaknya rumah warga yang berada tepat dipinggir jalan juga mengakibatkan sulitnya akses di dalam tempat wisata tersebut. selain itu belum adanya pusat informasi terkait dengan kegiatan budaya yang terdapat pada Wisata Kampung Tenun membuat pengunjung cenderung kesulitan untuk mendapatkan informasi.

Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk melihat dan menganalisis secara komprehensif bagaimana strategi pengembangan Wisata Kampung Tenun yang dilaksanakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Samarinda yang hingga saat ini berbagai permasalahan pada objek wisata tersebut belum bisa dibenahi dengan maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan strategi apa yang tepat untuk dilakukan dalam pengembangan Wisata Kampung Tenun dengan menggunakan metode analisis SWOT yang akan mengidentifikasi faktor kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threat*) pada Wisata Kampung Tenun yang kemudian menentukan strategi yang tepat.

Kerangka Dasar Teori

Manajemen Strategi

Menurut Cetroni dalam Ritonga (2020) menjelaskan bahwa manajemen strategis adalah sebuah Upaya Organisasi atau Perusahaan meliputi serangkaian Keputusan, analisis, dan tindakan lain yang bertujuan untuk menghasilkan keunggulan kompetitif dan mempertahankannya. Manajemen strategi dapat di definisikan sebagai proses menentukan Keputusan guna mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya seefektif mungkin dalam perusahaan, hal ini berkaca pada lingkungan yang sering berubah-ubah (Sofyan, 2015). Disisi lain, manajemen strategis juga merupakan rangkaian proses tindakan atau pengambilan Keputusan yang bertujuan mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan (Rachmat, 2014). Dari pengertian tersebut dapat diambil simpulan bahwa manajemen strategis berfokus pada integrasi pemasaran, manajemen, produksi, keuangan, serta pengembangan dan penelitian, dan juga sistem informasi guna mencapai kesuksesan organisasi. Dalam menganalisis dan menentukan strategi, terdapat berbagai metode dalam konteks pengembangan pariwisata salah satunya ialah dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT sejatinya dipergunakan dalam proses perencanaan manajemen strategis di dalam perusahaan atau organisasi (Fachrezi dan Andriana, 2023). Hal ini dapat membantu dalam pembuatan dan menentukan strategi organisasi yang kompetitif dan efektif dengan mengevaluasi berdasarkan empat unsur dalam Analisis SWOT yakni, Kekuatan (*strenghts*), Kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*threats*) (Kusbandono, 2019). Selain itu dengan menggunakan analisis SWOT dalam perusahaan atau

organisasi bertujuan untuk memberikan arahan agar perusahaan tersebut menjadilebih terarah. dengan menyusun Analisis SWOT dengan baik, organisasi atau perusahaan dapat melakukan perbandingan dari berbagai sudut pandang, khususnya pada kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman (Lesmana, 2019).

1. Kekuatan (*strength*).

Kekuatan diidentifikasi dengan suatu kelebihan yang membuat suatu perusahaan atau institusi istimewa dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan diidentifikasi dengan tidak memiliki kompetensi, kelemahan bisa juga dikatakan sesuatu yang merugikan. Suatu perusahaan atau institusi yang lemah berarti suatu perusahaan atau institusi yang kurang efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang merupakan kondisi di mana suatu perusahaan atau institusi punya momentum untuk mencapai tujuan, peluang hampir sama dengan kekuatan dari sisi hal positif yang bisa dimaksimalkan oleh perusahaan atau institusi untuk menyusun strategi dalam mencapai tujuannya

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan dan membahayakan aktivitas dari suatu perusahaan dan institusi sehingga dengan karakteristiknya ini ancaman harus dihindari oleh perusahaan dan institusi karena dalam ancaman ini terdapat risiko yang bisa membahayakan dan membayangi perusahaan dan institusi dengan kegagalan

Pengembangan Pariwisata

Menurut Yoeti dalam Yuliamir (2017) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memperbaiki dan mengembangkan suatu produk atau menambah jenis produk wisata tersebut. Pengembangan pariwisata dapat juga didefinisikan sebagai sebuah pendekatan sistematis yang mencakup aspek perencanaan dan pengelolaan aktivitas wisata dengan memperhatikan berbagai aspek seperti dampak sosial, ekonomi dan kelestarian lingkungan secara terpadu (Kusumah, 2023). Konsep pengembangan pariwisata menjadi sangat penting dalam industri ini karena mampu meminimalisir efek negatif dari kegiatan pariwisata, mulai dari degradasi lingkungan, luntarnya nilai-nilai budaya, hingga kesenjangan ekonomi di masyarakat. Implementasi konsep pengembangan pariwisata yang tepat akan mendorong pertumbuhan destinasi wisata yang berkelanjutan serta menciptakan *multiplier effect* positif bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan wisata dalam jangka panjang.

Menurut Cooper dkk. dalam Sunaryo (2013) menjabarkan bahwa terdapat beberapa komponen utama dalam pengembangan destinasi wisata, yaitu

sebagai berikut:

1. Daya pikat objek wisata (*Attraction*), pada indikator ini yang dimaksud adalah daya tarik yang berbasis alam, buatan, maupun berbasis budaya, dan lain sebagainya.
2. Aksesibilitas (*Accsesibility*), pada indikator ini mencakup mudah dalam menjangkau infrastruktur seperti transportasi dan lainnya.
3. Amenitas (*Amenities*), hal ini mencakup ragam sarana pendukung dan penunjang yang tersedia di lokasi wisata;
4. Fasilitas umum (*Ancillary Service*), dalam hal ini fasilitas yang mendukung dan menunjang demi terlaksananya kegiatan kepariwisataan.
5. Kelembagaan (*Institutions*), pada indikator ini mengarah pada sektor yang memiliki wewenang dan tanggung jawab serta peran sebagai pendukung bagi kegiatan pada sektor pariwisata.

Definisi Konsepsional

Strategi pengembangan pada Wisata Kampung Tenun pada penelitian ini adalah tahapan tahapan atau langkah-langkah kegiatan dalam menentukan strategi mengembangkan Wisata Kampung Tenun di Kota Samarinda yang akan menggunakan Analisis SWOT dalam mengidentifikasi Kekuatan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) pada objek.

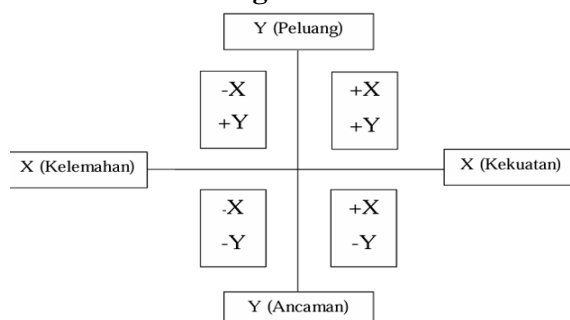
Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun fokus penelitian ini ialah untuk menganalisis dan menentukan strategi pengembangan pada Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda menggunakan teori Analisis SWOT yang terdiri dari 4 indikator yakni Kekuatan (*Strenghts*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*).

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan informan, serta data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pengembangan Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda. Metode yang digunakan dalam menentukan sumber data primer pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan informan kunci meliputi: 1) Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Samarinda; 2) Lurah Kelurahan Tenun Kecamatan Samarinda Seberang; 3) Ketua Kelompok Sadar Wisata Wisata Kampung Tenun; dan 4) Pengrajin Tenun di kawasan Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT yang menjabarkan terkait faktor lingkungan internal (*strength* dan *Weakness*) maupun eksternal (*Opportunity* dan *Threat*)

dengan perhitungan EFAS dan IFAS pada Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda. Setelah itu menyusun diagram SWOT dan matriks SWOT.

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti, 2016

Berdasarkan pada diagram tersebut terdapat 4 kuadran dalam analisis SWOT sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Kuadran I : Pertumbuhan agresif (+X dan +Y)
2. Kuadran II : Disverifikasi (+X dan +Y)
3. Kuadran III : Defensif atau bertahan (-X dan -Y)
4. Kuadran IV : Turn around (-X dan -Y)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Wisata Kampung Tenun merupakan kawasan cagar budaya dan sentra produksi kain tenun khas Samarinda yang berada pada salah satu tepian Sungai Mahakam Kota Samarinda. Wisata Kampung Tenun berpotensi dalam pengembangan *creative tourism* yang mengandalkan partisipasi aktif wisatawan dalam kegiatan produksi tenun dan olahannya. Pengembangan *creative tourism* sejalan dengan Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) sejak 2012 bahwa Kampung Tenun, Samarinda menjadi salah satu tujuan wisata nasional karena memiliki potensi untuk menjadi kawasan Kampung wisata tepian sungai (Hayuni & Syahbana, 2014). Kegiatan pariwisata pada Kampung ini mampu menjadi sumber mata pencaharian penduduk lokal dan mempertahankan keberlanjutan nilai budaya dan sejarah. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki tentu diperlukan pula langkah atau strategi yang tepat. Pada penelitian ini akan berfokus pada menganalisis faktor internal dan eksternal pada Wisata Kampung Tenun dan menentukan strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan. Berikut hasil analisis terhadap Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda.

Analisis SWOT

Untuk menetapkan strategi pengembangan Wisata Kampung Tenun dilakukan dengan cara membandingkan faktor internal yakni *strength* dan *weakness* serta faktor eksternal yakni *opportunity* dan *threat*. Komponen tersebut diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pengelola objek wisata, pengrajin, dan Masyarakat, serta mengumpulkan data dan fakta

lainnya terkait Wisata Kampung Tenun. Yang selanjutnya akan dikonversi kedalam table IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) berdasarkan konsep David (2017) adalah matriks yang digunakan untuk mengetahui faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting kepada perusahaan atau organisasi. Dengan metode ini dapat menginterpretasikan besarnya dampak dari faktor-faktor internal terhadap perumusan strategi. Berikut hasil *scoring* yang disajikan dalam tabel *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS):

Tabel 1. IFAS

Faktor Strengths (Kekuatan)				
No	Indikator	Bobot Relatif	Rating	Score
1	Terdapat penenun Lokal yang aktif yang membuat tenun khas samarinda menggunakan alat tradisional	0,12	4	0,49
2	Akses menuju kampung tenun mudah untuk dijangkau.	0,10	4	0,42
3	Produk kain tenun tradisional juga sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat lokal.	0,11	4	0,44
4	Tersedianya Badan Pengelola Kampung Tenun Samarinda	0,10	3	0,30
5	Terdapat pelatihan dan bantuan yang pemerintah untuk meningkatkan kapasitas dan produktivitas pengrajin tenun	0,11	4	0,44
Total		0,55		2,10
Faktor Weaknesses (Kelemahan)				
1	Objek wisata masih bercampur dengan pemukiman warga	0,11	1,5	0,17
2	Kurangnya minat dari anak muda untuk meneruskan sebagai pengrajin tenun samarinda.	0,10	1,5	0,16
3	Belum adanya fasilitas atau galeri untuk menjual produk yang dihasilkan oleh penenun	0,07	2	0,15
4	Keterbatasan keahlian dalam proses pemasaran produk hasil tenun	0,06	2	0,12
5	Masih minimnya penyediaan fasilitas, dan aksesibilitas di wisata Kampung Tenun	0,10	1,5	0,15
Total		0,45		0,74
Total Faktor Internal		1,00		2,84

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2024

Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) atau berdasarkan konsep David (2017) adalah matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor eksternal yang terkait peluang dan ancaman perusahaan atau organisasi. Dengan metode ini dapat menginterpretasikan besarnya dampak dari faktor-faktor eksternal terhadap perumusan strategi. Berikut hasil *scoring* yang disajikan dalam tabel *Eksternals Factors Analysis Summary* (EFAS):

Tabel 2. EFAS

Faktor Opportunities (Peluang)				
No	Indikator	Bobot Relatif	Rating	Score
1	Dengan adanya perkembangan dunia <i>fashion</i> , Nilai dan khas Tradisional berpeluang besar meningkatkan permintaan konsumen	0,13	4	0,53
2	Selain memproduksi kain Tenun, Wisata Kampung tenun juga menawarkan adanya edukasi minat menenun.	0,13	3,5	0,44
3	Pemanfaatan <i>E-commerce</i> di era Revolusi 4.0	0,12	3,75	0,44
4	Lokasi Wisata Kampung Tenun berdekatan dengan destinasi wisata lain	0,12	4	0,47
5	Cukup banyak adanya ajang pameran nasional maupun Internasional yang mengangkat tema tradisional	0,10	3,5	0,35
Total		0,59		2,23
Faktor Threats (Ancaman)				
1	Tingginya persaingan dengan kompetitor pembuat kain tenun modern atau pabrikan	0,09	2	0,18
2	Maraknya klaim terhadap hak cipta tenun oleh daerah lain atau negara lain.	0,08	2	0,16
3	Masifnya persaingan objek wisata Kampung Tenun dengan daerah lain	0,06	2	0,12
4	Adanya pengaruh globalisasi menyebabkan semakin banyaknya mode berpakaian modern	0,09	1,75	0,15
5.	Kurangnya fasilitas kepariwisataan dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung	0,09	1,5	0,14
Total		0,41		0,75
Total Faktor Eksternal		1,00		2,98

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2024

Diagram SWOT

Setelah melakukan *scoring*, langkah berikutnya dalam analisis SWOT yakni memasukkan data hasil *scoring* ke dalam bentuk diagram SWOT. Hal ini bertujuan untuk melihat langkah strategi mana yang tepat untuk dilakukan pada objek yang diteliti. Telah diketahui hasil *scoring* sebagai berikut:

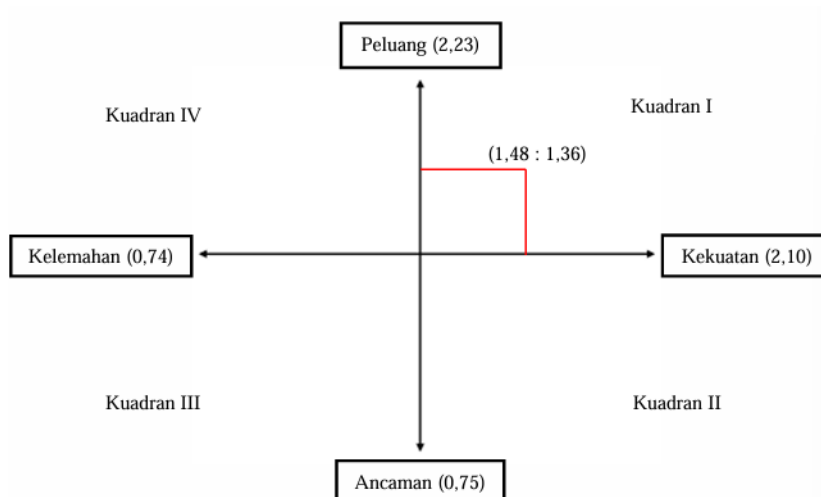
Gambar 3. Matriks SWOT

Faktor Internal	Strenght (S)	Weakness (w)
Faktor Eksternal	Strategi SO $2,10 + 2,23 = 4,33$	Strategi WO $0,74 + 2,23 = 2,97$
Opportunities (O)	Strategi ST $2,10 + 0,75 = 2,85$	Strategi WT $0,74 + 0,75 = 1,49$
Threats (T)		

Sumber: Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan pada gambar 2 dapat dilihat bahwa SO (*Strenghts* dan *Opportunities*) strategis atau memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada sebagai strategi agresif dalam 107 pengembangan menjadi strategi dengan hasil nilai kalkulasi tertinggi yaitu 4,33. Dalam diagram SWOT akan dijabarkan dalam gambar dan penjelasan berikut:

Gambar 3. Diagram SWOT



Sumber: Diolah Penulis, 2024

Berdasarkan pada gambar 3 dapat dilihat bahwa Strategi pengembangan Wisata kampung Tenun Kota Samarinda berada pada kuadran I yang mengindikasikan pertumbuhan agresif. Pada situasi ini berada pada situasi yang menguntungkan, berarti Wisata kampung Tenun mempunyai Peluang dan kekuatan dimana strategi yang harus diambil dalam kondisi ini adalah yang mendukung pertumbuhan agresif atau *growth oriented strategy* dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan yang dimiliki Wisata Kampung Tenun.

Strategi Pengembangan Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda

Hasil Analisis strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT, maka diperoleh beberapa strategi pengembangan Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Manfaatkan tren dunia *fashion* untuk mempromosikan kain tenun sebagai produk premium dengan nilai budaya yang tinggi. Manfaatkan penenun lokal dan pelatihan dari pemerintah untuk membuat produk yang menarik bagi pasar *fashion* modern. Tren *fashion* yang berkembang sering kali mengintegrasikan unsur tradisional dalam desain mereka. Dengan mempromosikan kain tenun sebagai produk premium yang memiliki sejarah dan nilai budaya, Kampung Tenun Samarinda bisa memanfaatkan tren ini untuk menarik perhatian konsumen
2. Kembangkan program wisata edukasi untuk meningkatkan apresiasi dan kesadaran terhadap tenun tradisional. Gunakan akses yang mudah dan keberadaan badan pengelola untuk mengembangkan program wisata edukasi tentang tenun, menarik pengunjung yang ingin belajar dan terlibat dalam proses tradisional. Wisata edukasi dapat menjadi cara efektif untuk menarik pengunjung dan meningkatkan kesadaran tentang proses pembuatan kain tenun
3. Kerja sama dengan platform *e-commerce* untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Manfaatkan potensi *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas, memanfaatkan dukungan pemerintah untuk pelatihan pemasaran online. *E commerce* memungkinkan produk untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah dan efektif. Kampung Tenun Samarinda dapat memanfaatkan platform *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan dan eksposur produk. Kerja sama dengan platform *e-commerce* terkemuka, seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada, dapat memperluas pasar Kampung Tenun Samarinda.
4. Menciptakan paket wisata terpadu atau *integrated tourism package*. Strategi ini melibatkan kolaborasi antara pengelola Kampung Tenun, Kampung Ketupat, dan Masjid Shiratal Mustaqim dalam menawarkan paket wisata yang terintegrasi dan menarik. Dengan menggabungkan ketiga destinasi wisata tersebut menjadi satu paket, wisatawan dapat menikmati pengalaman yang lebih kaya dan lengkap dalam satu kunjungan

5. Kembangkan infrastruktur dan akses internal untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Kerja sama dengan pemerintah untuk memperbaiki akses dan menyediakan galeri penjualan. Infrastruktur yang lebih baik, seperti jalan yang lebih lebar dan fasilitas umum, akan meningkatkan kenyamanan pengunjung.. Dengan infrastruktur dan aksesibilitas yang memadai, kampung tenun dapat menerima lebih banyak turis dan menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi mereka yang datang untuk melihat proses pembuatan kain tenun sekaligus membuat kunjungan lebih nyaman dan menyenangkan.
6. Promosi warisan budaya lokal kain tenun Samarinda melalui pameran nasional dan internasional. Pameran nasional dan internasional memberikan platform di mana produsen lokal dapat memamerkan produk mereka kepada audiens yang lebih besar dan lebih beragam. Alasan mengapa pameran ini efektif untuk promosi warisan budaya lokal adalah eksposur yang luas di pameran dapat menarik pengunjung dari berbagai daerah dan negara, termasuk pelaku industri, investor, dan konsumen.
7. Jalankan program pelatihan bagi anak muda untuk menarik minat mereka terhadap industri tenun dan mencegah hilangnya keterampilan tradisional. Program pelatihan yang menarik bagi anak muda bisa menjaga kelangsungan tradisi menenun dan mencegah penurunan keterampilan. Berikan insentif dan pelatihan untuk menarik minat anak muda agar mereka berminat meneruskan tradisi tenun. Program ini dapat mencakup pelatihan teknis, pelatihan bisnis, dan edukasi tentang pentingnya budaya tenun untuk mendorong partisipasi generasi muda.
8. Mendirikan galeri atau toko khusus untuk menampilkan dan menjual produk hasil tenun. Galeri atau toko khusus menyediakan tempat yang ideal untuk menampilkan dan menjual produk hasil tenun. Ini memungkinkan pengrajin untuk menampilkan karya mereka dengan cara yang menarik dan memberi konsumen kesempatan untuk membeli langsung dari sumbernya. Toko ini juga dapat berfungsi sebagai tempat edukasi dan promosi, di mana pengunjung bisa belajar tentang proses tenun dan sejarah di balik produk.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT, Wisata Kampung Tenun Kota Samarinda berada pada kuadran I, yang menunjukkan posisi yang sangat menguntungkan dan mendukung kebijakan pertumbuhan agresif. Hal ini berarti kampung wisata tersebut berada dalam kondisi yang sangat positif, memungkinkan pelaku wisata untuk lebih aktif dalam mengembangkan kawasan wisata yang kompetitif. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah wisatawan, mengembangkan aktivitas kain tenun tradisional, memperluas pemasaran, dan meningkatkan daya tarik wisata serta keterkaitannya dengan objek wisata lainnya. Hasil penelitian

juga menyimpulkan bahwa peluang terbesar pengembangan Wisata Kampung Tenun ialah pada strategi SO (*Strengths* dan *Opportunities*) dengan skor 4,33.

Rekomendasi

Adapun saran atau rekomendasi yang penulis berikan pada pengembangan Wisata Kampung Tenun berdasarkan hasil analisis SWOT ialah sebagai berikut:

1. Perlu dirumuskannya strategi pengembangan Wisata Kampung Tenun dalam bentuk *blueprint* atau dokumen yang berisikan *grand design* pengembangan Wisata Kampung Tenun untuk jangka panjang. hal ini bertujuan agar pengembangan Wisata Kampung Tenun memiliki arah gerak pembangunan yang jelas dan terukur.
2. Adakan pelatihan kepada pengrajin dalam hal perkembangan *fashion* dengan membangun kerja sama dengan desainer modern untuk menjaga relevansi produk di tengah globalisasi. Kerja sama dengan desainer modern membantu menjaga relevansi kain tenun dalam dunia *fashion* yang berubah-ubah. Desainer modern dapat mengintegrasikan kain tenun dalam koleksi mereka, menciptakan kombinasi unik antara tradisional dan kontemporer yang menarik bagi konsumen muda.
3. Kembangkan program wisata edukasi untuk meningkatkan dan menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Wisata edukasi dapat menjadi cara efektif untuk menarik pengunjung, pengunjung dapat melihat langsung bagaimana kain tenun dibuat. Hal ini juga bisa menarik minat dari anak-anak muda dan komunitas lokal untuk terlibat dalam industri ini, membantu menjaga keberlanjutan tradisi menenun.
4. Pemerintah selain mengadakan pelatihan bagi pengrajin juga mengadakan penyuluhan kepada masyarakat setempat terkait dengan pentingnya gotong royong atau kerjasama dalam menjaga kebersihan lingkungan di kawasan Wisata Kampung Tenun.
5. Saran yang terakhir dari penulis ialah menjalankan program pelatihan bagi anak muda untuk menarik minat mereka terhadap industri tenun dan mencegah hilangnya keterampilan tradisional. Program ini dapat mencakup pelatihan teknis, pelatihan bisnis, dan edukasi tentang pentingnya budaya tenun untuk mendorong partisipasi generasi muda untuk meneruskan sebagai pengrajin tenun khas Samarinda ini.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- David, F. R., & David, M. E. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases: A Competitive Advantage Approach*. Pearson.
- Fachrezi, Muhammad Fachrum & Andriana, Ana Noor. 2023. Strategi Bersaing UMKM Toko Roti dan Kue di Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang Selama Pandemi Covid-19 dan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal:*

- Ekonomi, Keuangan, Investasi, dan Syariah (EKUITAS)*. Vol 4, No 3, Hal 1045-1053. Diunduh dari: <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/2973>.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada UD. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*. Vol. 4 No. 2 (2019). Diunduh dari: <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/250>
- Lesmana, R. (2019). Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ilmiah FORKMMMA*. Vol.3, No.1, November 2019 Halaman : 1 – 12. Diunduh Dari: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article>.
- Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2019-2025
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Z. 2020. *Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)* (1st ed.). CV Budi Utama.
- Situmorang, C. H. 2016. *Kebijakan Publik (Teori, Analisis, Implementasi dan Evaluasi Kebijakan)* (1st ed.). Social Security Development Institute (SSDI).
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi: Teknik Penyusunan Serta Penerapannya Untuk Pemerintah dan Usaha*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suaib, Muhammad Ridha. 2016. *Pengantar Kebijakan Publik: dari Administrasi Negara, Kebijakan Publik, Administrasi Publik, Pelayanan Publik, Good Governance, hingga Implementasi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Calpulis.
- Sudarmayasa, I. W., & Nala, I. W. L. 2019. Dampak Keberadaan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Faktor Sosial Ekonomi Masyarakat Kampung Tenun Samarinda Di Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. Diunduh Dari: <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i02.p04>
- Windiawati, D., Hairunnisa, & Dwivayani, K. D. 2020. Analisa Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Kampung Tenun. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 282-295. Diunduh Dari: <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>.
- Yurensi Laary, Tulusan, F. M. G., & Salmin Dengo. 2022. Implementasi Kebijakan Keamanan Dan Ketertiban Di Desa Baru Kecamatan Ibu Selatan Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 8(1), 60-67. Diunduh Dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/download/42250/37388>