

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kampung Tenun Ikat Berbasis *Community Development*

Putri Meylin Azza Nabila^{1*}, Thomas Soseco²

^{1,2} Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 21 Januari 2025

Revised: 26 Maret 2025

Accepted: 30 Maret 2025

DOI : 10.57151/jeko.v4i1.1021

KEYWORDS

ekonomi kreatif; pengembangan komunitas; strategi pengembangan; tenun ikat; wisata

creative economy; community development; development strategy; ikat weaving; tourism

CORRESPONDING AUTHOR

Nama : Putri Meylin Azza Nabila

Address: Kediri, Jawa Timur, Indonesia

E-mail : putri.meylin.2104326@students.um.ac.id

A B S T R A C T

Kampung Wisata Tenun Ikat Bandar Kidul di Kediri, menjadi salah satu kawasan dengan produk tenun tradisional berkualitas yang memiliki nilai budaya tinggi di Kediri. Meskipun telah dibentuk Pokdarwis untuk mengembangkan wisata, tetapi masih terdapat tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi oleh Pokdarwis serta merancang strategi baru berbasis *community development* guna meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Pendekatan penelitian menggunakan *mixed methods* dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi konsisi internal eksternal, serta QSPM untuk menentukan strategi prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang saat ini diterapkan oleh Pokdarwis selaku pengelola wisata masih belum optimal karena adanya hambatan. Analisis SWOT mengidentifikasi bahwa kekuatan utama Wisata Tenun Ikat Bandar Kidul adalah kualitas produk yang tinggi dan motif yang unik. Namun, kelemahan seperti modal terbatas, pemasaran yang kurang efektif, dan kurangnya regenerasi pengrajin menjadi tantangan signifikan. Hasil QSPM menyatakan bahwa, strategi utama yang direkomendasikan yaitu salah satu dari strategi WO (kelemahan-peluang) dengan skor TAS (Total Daya Tarik) paling tinggi 8,645. strategi yang melibatkan dan berkolaborasi dengan beberapa pihak untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai seni tenun, meningkatkan mempromosikan tenun ikat, dan memperluas pasar.

Bandar Kidul Ikat Weaving Tourism Village in Kediri is one of the areas with quality traditional weaving products that have high cultural value in Kediri. Although Pokdarwis has been formed to develop tourism, there are still challenges. This study aims to analyze the implementation of strategies by Pokdarwis and design a new strategy based on community development to increase the income of local communities. The research approach used mixed methods with SWOT analysis to identify internal and external conditions, and QSPM to determine priority strategies. The results showed that the current strategy implemented by Pokdarwis as the tourism manager is still not optimal due to obstacles. The SWOT analysis identified that the main strengths of Bandar Kidul Ikat Weaving Tourism are high product quality and unique motifs. However, weaknesses such as limited capital, less effective marketing, and lack of artisan regeneration pose significant challenges. The QSPM results state that, the main recommended strategy is one of the WO (weakness-opportunity) strategies with the highest TAS (Total Attractiveness) score of 8.645. The strategy involves and collaborates with several parties to increase public awareness of the value of weaving art, improve promoting ikat weaving, and expand the market.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif telah menjadi salah satu fokus utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah. Sektor ini mendorong inovasi melalui pengembangan ide-ide kreatif yang dapat memberikan solusi bagi berbagai tantangan ekonomi dan sosial di tingkat lokal (Zaman & Suhartini, 2020). Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif dianggap sebagai salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat perekonomian daerah, sekaligus memperbaiki kesejahteraan masyarakat setempat (Firnanda, dkk., 2025).

Salah satu perkembangan ekonomi kreatif, yaitu kerajinan (warisan budaya tenun ikat). Perkembangan tenun ikat di berbagai daerah merupakan peran penting dalam melestarikan warisan budaya sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Nurhasanah, 2023). Undang-undang No 5 Tahun 2017 menggarisbawahi bahwa pentingnya pelestarian dan pemanfaatan kebudayaan untuk kesejahteraan masyarakat yang difokuskan pada perlindungan, pengembangan, promosi, serta fasilitasi kerja sama. Sesuai data RAT provinsi Jawa Timur, Jawa Timur merupakan kontributor terbesar kedua

bagi industri kreatif nasional dengan jumlah 20,85% yang merupakan pelaku kreatif (Yasin, 2022). Jawa Timur telah menetapkan 185 cagar budaya dengan capaian terbanyak di tingkat nasional. Salah satunya yaitu di kota Kediri terdapat warisan budaya tenun ikat yang masih bertahan sampai saat ini (BPS Jatim, 2023). Hal tersebut mendorong pemerintah kota Kediri untuk membetuk Pokdarwis guna pengembangan wisata Tenun Ikat pada tahun 2021. Meskipun terdapat keunggulan, tetapi terdapat beberapa kendala dalam pengembangan wisata tersebut, mulai dari sumber daya manusia, pemasaran, pendanaan dan modal.

Pengembangan masyarakat (*community development*), lebih ditekankan pada upaya pemenuhan kebutuhan oleh masyarakat sendiri (*community-based service*) dengan ide utama keberlanjutan dalam penyelenggaraan kebutuhan hidup manusia karena dikembangkannya keswadayaan (*self-reliance*) masyarakat (Arsawan, dkk., 2016). Sebuah proses peningkatan kemampuan dan efektivitas dari sebuah masyarakat, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan untuk meraih keputusan hidup yang lebih panjang (Mukhlis & Setyadiharja, 2017). Kegiatan pembangunan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas hidup yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya (Ismail, 2017).

Oleh karena itu perlu perhatian terhadap strategi dengan fokus kondisi internal dan eksternal agar desa wisata tetap terjaga keberlanjutannya. Dengan merancang strategi dengan memperhatikan beberapa aspek, dapat menciptakan strategi yang tepat sasaran dan efisien. Strategi memiliki beberapa defisini, menurut Jauch & Gluech dalam (Nuroni & Adiguna, 2017) strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Melihat penelitian terdahulu yang relevan yaitu penelitian oleh Perdana, dkk., (2023) dan Qanita (2020), hasil analisis SWOT merekomendasikan perusahaan harus melakukan strategi *Strength-Opportunity* (SO) mencakup tiga alternatif strategi yang kemudian diurutkan dengan matriks QSPM untuk mendapatkan strategi prioritas, sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu menyusun paket wisata yang terintegrasi dengan SWOT dan QSPM di desa Pondoknongko.

Melalui SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), peneliti dapat menawarkan strategi baru yang lebih efektif dan tepat sasaran untuk menghadapi tantangan di desa wisata tenun ikat Bandar. Seperti regenerasi pengrajin dan memanfaatkan peluang di pasar internasional dan digital. Rekomendasi ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan industri tenun ikat untuk membantu pendapatan masyarakat, sekaligus mempertahankan identitas budaya yang terkait dengannya (Suliantana, 2024).

Melalui pengembangan desa wisata seperti Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul, diharapkan tercipta pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif tetapi juga tetap menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya lokal masyarakat setempat, sebagaimana menjadi fokus dalam penelitian mengenai strategi dalam meningkatkan kesejahteraan pendapatan masyarakat melalui pendekatan berbasis *community development*. Berdasarkan hasil observasi peneliti, penelitian ini bertujuan untuk: 1) Bagaimana implementasi strategi pengembangan ekonomi kreatif oleh Pokdarwis di kampung tenun ikat bandar kidul berbasis *community development* yang ditinjau dari aspek SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan 2) Bagaimana merancang strategi baru yang efektif untuk pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di kampung tenun ikat Bandar Kidul dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal berdasarkan metode analisis matriks SWOT dan QSPM.

METODE

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan *Mixed Methods*, yaitu gabungan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT hasil kuisisioner data yang dikumpulkan (Sugiono, 2017). Teknik pengumpulan data melalui observasi, kuisisioner dan wawancara. Lokasi penelitian di Wisata Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul dari bulan Desember 2024 sampai Januari 2025. Populasi yaitu dari pengurus Pokdarwis dan pengrajin, dengan teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan total 38 responden. Fokus penelitian untuk menganalisis faktor internal dan eksternal wisata tenun ikat guna merancang strategi dan merekomendasikan strategi prioritas. Analisis data yang digunakan yaitu,

analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat), Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) dan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

HASIL & PEMBAHASAN

Analisis hasil penelitian dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi strategi yang telah diterapkan serta merancang dan merekomendasikan strategi untuk peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Analisis hasil penelitian dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu mengidentifikasi strategi yang telah diterapkan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal serta merancang dan merekomendasikan strategi yang lebih efektif. Penelitian ini mengevaluasi berbagai pendekatan yang telah digunakan, menilai keberhasilannya, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Berdasarkan temuan tersebut, strategi yang diusulkan disesuaikan dengan potensi dan kondisi lokal agar lebih optimal dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Rekomendasi strategi mencakup diversifikasi usaha, peningkatan keterampilan, pemanfaatan teknologi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak guna menciptakan peluang ekonomi yang lebih berkelanjutan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat secara signifikan.

Analisis SWOT

Terdapat identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kondisi di wisata tenun ikat Bandar Kidul yang memengaruhi keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif berbasis *community development*. Dari hasil wawancara didapatkan informasi baru secara umum bahwa, strategi yang diterapkan oleh Pokdarwis masih belum dapat mencapai target dan belum berhasil. Strategi yang sudah diterapkan oleh Pokdarwis yaitu inovasi produk dan pemasaran. Inovasi produk dilakukan dengan membuat produk turunan dari kain tenun ikat bandar kidul seperti, membuat syal, sarung, tas, dan baju. Kendala dalam inovasi produk disini, belum memiliki desainer yang handal dalam pembuatan desain yang unggul dan unik. Sedangkan untuk pemasaran, karena banyak dari pengrajin yang ada di tenun ikat bandar kidul adalah generasi dahulu, mereka tidak paham mengenai penggunaan pemasaran secara digital dan bagaimana strateginya. Jadi kebanyakan dari mereka masih menggunakan konvensional dan ada beberapa yang sudah menggunakan *whatsapp* atau *instagram* tetapi tidak pernah dipakai lagi dan dikelola dengan baik.

Selanjutnya, masuk dalam pembahasan keadaan internal dan eksternal wisata tenun ikat Bandar Kidul. Berikut ini adalah analisis rinci berdasarkan masing-masing aspek SWOT.

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength (S)	Weaknesses (W)
1. Produk tenun ikat bandar kidul memiliki nilai seni dan budaya	1. Tidak ada sekolah untuk penenun bandar kidul
2. Desain tenun ikat bandar kidul <i>limited edition</i>	2. Orang enggan menenun karena nilai ekonomi atau gaji yang kurang
3. Kualitas produk berkualitas dari segi bahan dan pembuatan	3. Belum menemukan konsumen dan wisatawan yang tepat
4. Produk tenun ikat bandar kidul memiliki desain yang unik dan khas	4. Biaya produksi yang tinggi
5. Alat menenun yang digunakan masih sederhana, membuat nilai jual dari aspek seni tinggi	5. Kurangnya akses modal dan pendanaan
6. Proses tenun ikat bandar kidul melalui 14 proses, jadi membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal	6. Tidak ada <i>designer</i> yang handal dalam pengembangan desain produk
7. Masyarakat merasa memiliki hak milik bahwa kampung ini perlu dilestarikan dan dihidupkan	7. Kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya branding
8. Sering mengikuti kompetisi untuk pengrajin	8. Tidak melibatkan semua pemangku kepentingan (karang taruna dan perangkat desa setempat)
9. Memberikan pengalaman wisata edukasi budaya	9. Kurangnya sumber daya manusia yang handal dan terampil
10. Terdapat kunjungan organisasi dari luar kota ke tenun ikat bandar kidul	10. Minimnya penggunaan promosi & pemasaran dalam teknologi digital
11. Memperkenalkan tenun ikat ke luar kota	11. Kurangnya keahlian dalam manajemen proyek
12. Pokdarwis membantu para pengrajin	12. Jarang sekali melakukan sosialisasi dan pelatihan

Opportunity (O)	Threat (T)
1. Pembuatan tenun ikat yang digunakan untuk fashion yang dilakukan secara <i>handmade</i> sangat dicari dikalangan kelas atas	1. Persaingan dengan produk yang sama dengan pengguna teknologi mesin
2. Nilai budaya yang kuat dapat menarik wisatawan	2. Gagap teknologi dalam penggunaan <i>marketplace</i>
3. Peluang bermitra dengan pengusaha di dalam atau di luar negeri	3. Tantangan sulit menembus pasar internasional
4. Peluang anak muda membantu mengembangkan tenun ikat dengan ide-idenya dan membantu dalam dunia digital	4. Masyarakat yang belum mengetahui manfaat dan keuntungan tenun ikat masih acuh tak acuh
5. Peluang para pengrajin dalam menggunakan <i>marketplace</i> luar negeri	5. Kurangnya wisatawan asing di tenun ikat bandar kidul
6. Membangun kerjasama antar masyarakat dalam membentuk reputasi, kepercayaan pengunjung, dan keamanan yang baik	6. Kurangnya pemahaman masyarakat pentingnya pelestarian budaya lokal
7. Potensi memberikan pengunjung fasilitas berupa jeep atau transportasi lain dalam mengantar pengunjung berkeliling	7. Kurangnya infrastruktur yang masih belum memadai
8. Adanya potensi kolaborasi dengan <i>influencer</i> dan <i>designer</i>	8. Belum adanya fasilitas pengunjung disabilitas
9. Potensi pembangunan <i>homestay</i>	9. Tidak berjalannya brosur paket wisata
10. Pembangunan galeri agar pengunjung dapat melihat tanpa mengganggu penenun	

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada Wisata Tenun Ikat Bandar Kidul terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus mengatasi kelemahan serta menghadapi ancaman yang ada. Strategi ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Matriks SWOT

Setelah proses identifikasi terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal dalam mengembangkan wisata kampung tenun ikat bandar kidul, langkah selanjutnya adalah menyusun matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary) EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary), diagram kartesius, matriks IE, matriks SWOT. Tahapan tersebut berguna untuk merancang strategi di wisata tenun ikat agar mengetahui difokuskan pada bagian apa.

Tabel 2. Perhitungan Matriks IFAS

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (S)			
1.	Produk tenun ikat bandar kidul memiliki nilai seni dan budaya	0,045	5	0,233
2.	Desain tenun ikat bandar kidul <i>limited edition</i>	0,044	5	0,211
3.	Kualitas produk berkualitas dari segi bahan dan pembuatan	0,045	5	0,233
4.	Produk tenun ikat bandar kidul memiliki desain yang unik dan khas	0,045	5	0,233
5.	Alat menenun yang digunakan masih sederhana, membuat nilai jual dari aspek seni tinggi	0,045	5	0,233
6.	Proses tenun ikat bandar kidul melalui 14 proses, jadi membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal	0,045	5	0,217
7.	Masyarakat merasa memiliki hak milik bahwa kampung ini perlu dilestarikan dan dihidupkan	0,041	4	0,153
8.	Sering mengikuti kompetisi untuk pengrajin	0,037	4	0,147

9.	Memberikan pengalaman wisata edukasi budaya	0,045	5	0,233
10.	Terdapat kunjungan organisasi dari luar kota ke tenun ikat bandar kidul	0,044	4	0,168
11.	Memperkenalkan tenun ikat ke luar kota	0,039	3	0,117
12.	Pokdarwis membantu para pengrajin	0,037	3	0,121
Total Kekuatan (S)		0,509		2,251
No	Kelemahan (W)			
1.	Tidak ada sekolah untuk penenun bandar kidul	0,042	1	0,048
2.	Orang enggan menenun karena nilai ekonomi atau gaji yang kurang	0,045	1	0,051
3.	Belum menemukan konsumen yang tepat	0,035	3	0,089
4.	Biaya produksi yang tinggi	0,045	2	0,083
5.	Kurangnya akses modal dan pendanaan	0,045	2	0,089
6.	Tidak ada designer yang handal dalam pengembangan desain produk	0,039	1	0,056
7.	Kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya branding	0,044	2	0,068
8.	Tidak melibatkan semua pemangku kepentingan (karang taruna dan perangkat desa setempat)	0,036	2	0,071
9.	Kurangnya sumber daya manusia yang handal/terampil	0,042	2	0,085
10.	Minimnya penggunaan promosi & pemasaran dalam teknologi digital	0,037	2	0,068
11.	Kurangnya keahlian dalam manajemen proyek	0,040	2	0,092
12.	Tidak ada sekolah untuk penenun bandar kidul	0,042	1	0,055
Total Kelemahan (W)		0,491		0,856
Total IFAS		1,00		3,11

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 3. Perhitungan Matriks EFAS

Faktor-Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
No	Peluang (O)			
1.	Pembuatan tenun ikat yang digunakan untuk <i>fashion</i> yang dilakukan secara <i>handmade</i> sangat dicari dikalangan kelas atas	0,056	5	0,262
2.	Nilai budaya yang kuat dapat menarik wisatawan	0,053	4	0,234
3.	Peluang bermitra dengan pengusaha di dalam atau di luar negeri	0,054	4	0,224
4.	Peluang anak muda membantu mengembangkan tenun ikat dengan ide-idenya dan membantu dalam dunia digital	0,056	5	0,278
5.	Peluang para pengrajin dalam menggunakan <i>marketplace</i> luar negeri	0,046	4	0,177
6.	Membangun kerjasama antar masyarakat dalam membentuk reputasi, kepercayaan pengunjung, dan keamanan yang baik	0,047	4	0,175
7.	Potensi memberikan pengunjung fasilitas berupa jeep atau transportasi lain dalam mengantar pengunjung berkeliling	0,050	4	0,221
8.	Adanya potensi kolaborasi dengan <i>influencer</i> dan <i>designer</i>	0,056	4	0,238
9.	Potensi pembangunan <i>homestay</i>	0,050	5	0,236
10.	Pembangunan galeri agar pengunjung dapat melihat tanpa mengganggu penenun	0,054	4	0,232
Total Peluang (O)		0,521		2,277
No	Ancaman (T)			
1.	Persaingan dengan produk yang sama dengan pengguna teknologi mesin	0,056	2	0,103
2.	Gagap teknologi dalam penggunaan <i>marketplace</i>	0,053	2	0,083
3.	Tantangan sulit menembus pasar internasional	0,056	2	0,087

4.	Masyarakat yang belum mengetahui manfaat dan keuntungan tenun ikat masih acuh tak acuh	0,054	2	0,108
5.	Kurangnya wisatawan asing di tenun ikat bandar kidul	0,051	1	0,059
6.	Kurangnya pemahaman masyarakat pentingnya pelestarian budaya lokal	0,050	1	0,064
7.	Kurangnya infrastruktur yang masih belum memadai	0,056	1	0,063
8.	Belum adanya fasilitas pengunjung disabilitas	0,056	1	0,071
9.	Tidak berjalannya brosur paket wisata	0,044	1	0,057
Total Ancaman (T)		0,475		0,697
Total EFAS		1,00		2,97

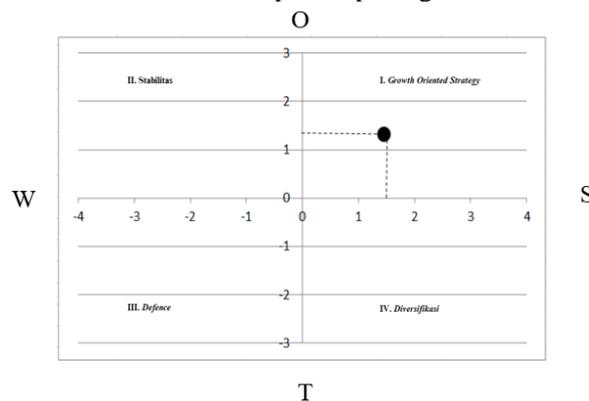
Sumber: Data diolah, 2024

Skor SWOT didapat dari perkalian bobot dan rating yang diisi oleh para narasumber dengan skala 1-5 pada setiap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang didapat dari hasil analisis SWOT. Di mana Nilai 1 untuk respon perusahaan sangat buruk dan nilai 5 sangat baik dan optimal. Hasil dari tabel yaitu, dengan skor kekuatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan kelemahan, organisasi cenderung memiliki posisi internal yang kuat untuk mendukung pengembangan strategi. Sedangkan, skor peluang yang jauh lebih tinggi dibandingkan ancaman, organisasi memiliki potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan peluang yang ada dan menghadapi ancaman dengan risiko yang relatif kecil.

Diagram Kartesius

Diagram kartesius pada analisis SWOT memiliki 4 bagian kuadran, di mana masing-masing kuadran memiliki situasi menginterpretasikan dari kondisi perusahaan. Berikut 4 kuadran yang ada pada analisis SWOT (Prasetya, 2023:153): Kuadran 1: kuadran ini mencerminkan situasi di mana perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan. Strategi yang paling sesuai untuk diterapkan dalam kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan agresif (Growth Oriented Strategy). Kuadran 2: langkah strategis yang dianjurkan adalah menerapkan kebijakan diversifikasi produk. Kuadran 3: langkah yang tepat adalah melakukan perbaikan atau stabilitas pada aspek internal perusahaan. Kuadran 4: Kebijakan yang harus diambil dalam situasi seperti ini lebih berfokus pada *defense strategy*.

Koordinat analisis internal (Sumbu X) = total nilai kekuatan (S) – total nilai kelemahan (W) $X = 2,251 - 0,856 = 1,395$. Koordinat analisis eksternal (Sumbu Y) = total nilai peluang (O) – total nilai ancaman (T) $Y = 2,277 - 0,697 = 1,58$. Ditampilkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram Kartesius SWOT

Posisi wisata kampung tenun ikat bandar kidul terletak pada kuadran I yang menunjukkan bahwa wisata tersebut berada dalam posisi yang menguntungkan. Kondisi kekuatan internal yang dimiliki oleh pengelola wisata saat ini sangat positif dan terdapat peluang yang baik untuk meningkatkan kinerja operasional. Dengan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi yang harus diterapkan dalam pengembangan wisata ini adalah strategi pertumbuhan agresif (Growth Oriented Strategy), yang akan mendorong ekspansi dan peningkatan daya saing.

Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks Internal-Eksternal (IE) digunakan untuk mengevaluasi posisi suatu organisasi atau sektor tertentu berdasarkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang dimilikinya. Matriks ini bertujuan untuk memberikan panduan dalam merumuskan strategi yang paling sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi. Berikut adalah diagram matriks IE.

	Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
Menengah 2,0-2,99	IV	V	VI
Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Gambar 2. Diagram Matriks IE

Total skor IFAS sebesar 3,11 dan EFAS sebesar 2,97 menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal dalam pengembangan wisata kampung tenun ikat bandar kidul berada pada level tumbuh dan berkembang sesuai dengan posisi pada matriks IE di sel IV. Posisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan wisata berada pada tahap pengembangan untuk mempertahankan wisata tenun ikat dan menghindari penurunan pendapatan atau kehilangan peluang pasar, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fatmala, dkk., 2023) dan (Hanafiah, dkk., 2022).

Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menghasilkan empat alternatif strategi yang menggambarkan kondisi peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh wisata kampung tenun ikat Bandar Kidul, serta bagaimana strategi tersebut dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini berfungsi sebagai panduan dalam merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi wisata terhadap perekonomian lokal. Berikut adalah tabel analisis matriks SWOT.

Tabel 4. Matriks SWOT

Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan promosi wisata dan produk tenun ikat sebagai hasil seni dan budaya khas lokal melalui kolaborasi dengan influencer dan menggunakan platform digital (S1, S4, O8) Menggunakan keunikan desain yang limited edition, adanya nilai budaya yang kuat untuk menarik wisatawan dan konsumen kelas atas yang menghargai produk handmade ke wisata tenun ikat bandar kidul (S2, S3, O1, O2) Mengembangkan wisata edukasi budaya melalui pembangunan galeri bersama dan fasilitas homestay (S9, S10, O9, O10). Mengintegrasikan keterlibatan anak muda dalam pengembangan wisata tenun ikat dalam bidang membangun citra yang baik di sosial media dan melakukan pemasaran melalui marketplace internasional (S7, S12, O4, O5). 	<ol style="list-style-type: none"> Melibatkan anak muda, karang taruna, perangkat desa, pemerintah kota kediri dan kolaborasi dengan influencer, desainer, maupun pengusaha lain didalam dan diluar negeri untuk meluaskan jaringan wisata tenun ikat bandar kidul, pengembangan desain produk dan pemasaran digital menggunakan marketplace luar negeri (W4, W6, W8, O3, O4, O5). Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai seni tenun, meningkatkan mempromosikan tenun ikat, dan memperluas pasar (W9, W10, O8). Membangun program fasilitas pelatihan atau workshop, dan sertifikasi bagi masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat tenun ikat, terutama menenun serta membangun kerjasama untuk mencetak penenun yang handal dan meningkatkan kesadaran branding (W1, W7, W9, W12, O3, O8, O6). Meningkatkan akses modal dan pendanaan melalui kemitraan dengan pengusaha lokal dan internasional maupun bantuan dari pemerintah untuk dapat terus mempertahankan wisata warisan budaya tenun ikat (W5, W3, O3). Bekerjasama dengan masyarakat untuk membangun penginapan di rumah penduduk lokal atau menyediakan bangunan sendiri, dan bekerjasama untuk menyediakan fasilitas jeep untuk berkeliling di wisata kampung tenun ikat agar membangun kenyamanan.

Serta fasilitas umum yang lain seperti gate dan toilet umum (W2, O9, O7)

Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> Menggunakan keunikan inovasi desain produk, keunggulan bahan, proses manual yang teliti dan detail untuk bersaing dengan produk berbasis teknologi mesin dan memberikan testimoni dari customer mengenai paket wisata dan produk tenun ikat bandar kidul (S2, S3, S4, S5, T1). Memperkuat wisata edukasi budaya dan meningkatkan pengalaman wisatawan yang nyaman dan menyenangkan dengan menyediakan fasilitas transportasi dan fasilitas umum maupun fasilitas untuk disabilitas yang lengkap dengan cara berkolaborasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya pelestarian budaya lokal dan memberikan kenyamanan, pengalaman yang mengesankan (S9, S7, S10, T4, T6, T7, T8). Mempromosikan tenun ikat kepada wisatawan asing melalui media sosial, pameran dan branding, serta pembuatan brosur paket wisata yang menarik untuk menarik konsumen dan minat pengunjung dari dalam atau luar negeri agar dapat menembus pasar internasional (S11, S12, S9, S10, T3, T5, T9). 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan sosialisasi kepada seluruh anggota pokdarwis mengenai cara pengelolaan wisata dan koordinasi manajemen proyek yang baik (W11, T5) Meningkatkan pelatihan teknologi kepada pengurus pokdarwis dan pengrajin untuk memanfaatkan marketplace lokal dan internasional agar tidak kalah dengan kompetitor dalam membentuk citra atau keunggulan di wisata tenun ikat (W10, W12, T2, T3). Mengadakan diskusi dengan semua pemangku kepentingan dalam menambah strategi branding dalam bentuk strategi branding visual (logo, warna, kemasan), komunikasi (slogan, cerita merek), digital (media sosial, website, konten), pengalaman pelanggan (layanan, event), produk (kualitas, inovasi), kolaborasi (endorsement, co-branding), promosi offline (iklan, pameran), serta keberlanjutan (green branding, csr) untuk menciptakan citra merek yang konsisten dan menarik. Untuk meningkatkan daya tarik customer terhadap wisata tenun ikat agar menciptakan sinergi dalam pelestarian budaya lokal (W8, W9, T6, T7).

Sumber: Data diolah, 2024

Matriks QSPM

Analisis *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM) adalah tahap akhir dalam proses analisis strategis yang bertujuan menentukan strategi terbaik untuk diterapkan oleh pokdarwis kampung tenun ikat bandar kidul. Proses ini menggunakan Skor Daya Tarik (Attractiveness Score – AS) untuk menilai sejauh mana setiap strategi alternatif sesuai dengan faktor-faktor utama yang telah diidentifikasi melalui analisis SWOT. Skor AS diberikan dalam rentang 1-5, di mana skor yang lebih tinggi menunjukkan strategi yang lebih menarik dan relevan. Penentuan skor dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama pihak internal. Skor didapat dari hasil kuesioner serta wawancara dengan pengurus pokdarwis dan pengrajin tenun ikat. Berikut adalah tabel analisis QSPM.

Tabel 5. Tabel QSPM

Alternatif Strategi	Skor TAS	Rangking
Melibatkan anak muda, karang taruna, perangkat desa, pemerintah kota kediri dan kolaborasi dengan influencer, desainer, maupun pengusaha lain didalam dan diluar negeri untuk meluaskan jaringan wisata tenun ikat bandar kidul, pengembangan desain produk dan pemasaran digital menggunakan marketplace luar negeri. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai seni tenun, meningkatkan mempromosikan tenun ikat, dan memperluas pasar	8,645	1

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode QSPM pada tabel 5, alternatif strategi yang memiliki skor TAS tertinggi adalah salah satu dari strategi WO. Strategi ini menjadi prioritas utama karena memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar melalui kolaborasi lintas sektor, baik

di tingkat lokal maupun internasional. Upaya ini juga mendukung pengembangan citra tenun ikat sebagai warisan budaya yang memiliki daya tarik global hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Qanita, 2020) dan (Hanum, dkk., 2022).

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bahwa strategi yang harus diterapkan dalam pengembangan wisata ini adalah Strategi Pertumbuhan Agresif (Growth Oriented Strategy), yang akan mendorong ekspansi dan peningkatan daya saing, pengelolaan wisata berada pada tahap pengembangan untuk mempertahankan wisata tenun ikat dan menghindari penurunan pendapatan atau kehilangan peluang pasar dan memperluas jangkauan pasar melalui kolaborasi lintas sektor, baik di tingkat lokal maupun internasional.

Strategi baru yang dirancang menggunakan analisis SWOT dan QSPM berfokus pada pendekatan *Growth Oriented Strategy* (GOS) dan tumbuh berkembang, yang mencakup penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar. Dari hasil matriks SWOT mendapatkan 14 strategi alternatif. Setelah itu untuk, melakukan matriks QSPM, yaitu salah satu strategi WO melibatkan anak muda, karang taruna, perangkat desa, pemerintah kota sendiri dan kolaborasi dengan influencer, desainer, maupun pengusaha lain didalam dan diluar negeri untuk meluaskan jaringan wisata tenun ikat bandar kidul, pengembangan desain produk dan pemasaran digital menggunakan marketplace luar negeri. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai seni tenun, meningkatkan mempromosikan tenun ikat, dan memperluas pasar. Penelitian selanjutnya dapat lebih di tambahkan lagi dari sudut pandang wisatawan, karena penelitian lebih fokus pada perspektif internal (Pokdarwis dan pengrajin), sementara masukan dari wisatawan sebagai konsumen utama tenun ikat kurang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsawan, I. W. E., Kariati, N. M., & Sukarta, I. W. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Community Development (Studi Eksploratif di Kawasan Wisata Sangeh). *Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 238–248. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/965326>
- BPS Jatim. (2023). *No Title*. Badan Pusat Statistik. <https://jatim.bps.go.id/id>
- Fatmala, W., Sari, M., Yunarsi, Y., & Rahman, N. (2023). Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Budidaya Rumput Laut sebagai Sumber Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 471. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1099>
- Feri Suliantana. (2024). *SWOT Analysis : Pengertian , Tujuan , dan Cara Praktis Mempraktekkannya. October*. https://www.researchgate.net/publication/385278489_SWOT_Analysis_Pengertian_Tujuan_dan_Cara_Praktis_Mempraktekkannya
- Firnanda, N. P., Putri, L. D., Formal, P. N., Pendidikan, F. I., Padang, U. N., & Padang, K. (2025). *Ekonomi Kreatif sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Ekonomi*. 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2814>
- Hanafiah, M., Sulastrri, & Helmi, T. Z. (2022). Community Development Masyarakat Gampong Lamgampang Aceh Besar dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *Buletin Pengabdian*, 91–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/bulpengmas.v2i3.27992>
- Hanum, Z., Yurliasni, Y., Wajizah, S., Aini, Z., & Delima, M. (2022). Pengembangan eco enzyme berbasis limbah organik melalui penerapan eco community (Development of eco enzyme based on organic waste through application of eco community). *Buletin Pengabdian Bulletin of Community Services*, 2(2), 53–58. <https://doi.org/10.24815/bulpengmas.v2i2.26681>
- Ismail. (2017). Strategi Community Development Officer (CDO) PT Waru Kaltim Plantation (WKP) dalam Menyelesaikan masalah Corporate Social Responsibility (CSR) di Kecamatan Waru Desa Bangun Mulya (Periode Januari - Desember 2015). *EJournal Ilmu Komunika*, 5(1), 181–195. [ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/02/jurnal_online_02-20-17-01-18-03\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/02/jurnal_online_02-20-17-01-18-03).pdf)
- Mukhlis, S., & Setyadiharja, R. (2017). Community Development Dengan Internalisasi Nilai Budaya Maritim Di Provinsi Kepulauan Riau Untuk Memperkuat Provinsi Berbasis Kemaritiman. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 2(1), 37–51. <https://doi.org/10.24905/jip.2.1.2017.37-51>
- Nurhasanah, E. (2023). Penerapan Metode Algoritma Fp-Growth Dalam Penentuan Pola Pembelian

- Konsumen Pada Toko Tenun Unggan Lansek Manih (Indra Yeni) Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Elektronika, Listrik Dan Teknologi Informasi Terapan*, 5(1), 22–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.37338/elti.v5i1.212>
- Nuroni, A. M., & Adiguna, R. (2017). Evaluasi Strategi pada PT Elco Indonesia Sejahtera Menggunakan Analisis Servo. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(3), 155–163.
- Perdana, M. A., Rusmawan, P. N., Tyas, I. C., & Febrian, A. W. (2023). The development of cultural event strategy: Swot analysis and QSPM approach. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik (JISoP)*, 5(1), 64–76. <https://doi.org/10.33474/jisop.v5i1.20035>
- Prasetya, D. A. (2023). *Teknik Analisis SWOT Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang untuk Strategi Bisnis Anda*. Anak Hebat Indonesia (Anggota Ikapi).
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B* (Ke-26). Alfabeta.
- Yasin, M. (2022). *Rencana Aksi Tahunan Penanggulangan Kemiskinan Provinsi Jawa Timur Tahun 2023*. Bappeda Jawa Timur.
- Zaman, O. V. S., & Suhartini, A. M. (2020). Peran Ekonomi Kreatif (Subsektor Kuliner, Kriya, Dan Fesyen) Serta Variabel Lainnya Terhadap Pengangguran. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2020(1), 1305–1315. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.696>