

Strategi Peningkatan Produk Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Wanita Pesisir Di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat

Eko Supriastuti*, Aeko Fria Utama FR, Ni Made Wirastika Sari, Rifani Nur Sindy Setiawan

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Email: eko.supriastuti82@gmail.com*

ABSTRAK

Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi ekonomi kreatif seperti kerajinan tangan, olahan makanan laut, dan produk seni tradisional memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Sebagian besar wisatawan saat ini lebih memilih wisata kuliner. Namun ditengah berkembangnya wisata kuliner di pantai Kuranji Dalang terdapat berbagai permasalahan yang dapat membuat wisata kuliner tersebut dapat mengurangi minat kunjungan wisatawan. Seperti pengelolaan lapak kuliner yang belum tertata dengan baik bahkan sebagian masih terlihat kumuh atau dipenuhi dengan sampah dan kurangnya keterampilan pedagang dalam seni penyajian, dengan kondisi seperti ini dapat mengurangi keindahan dan minat pengunjung, dan minimnya dukungan teknologi masih menjadi hambatan utama. Hal ini menyebabkan daerah wisata pantai Kuranji belum bisa bersaing dengan lokasi wisata kuliner lainnya. Walaupun letak wisata kuliner Desa Kuranji memiliki lokasi strategis yaitu dekat dengan perkotaan namun akses jalan diberbagai titik menuju wisata kuliner tersebut masih terbilang sempit dan perjalanan menuju tempat wisata tersebut melewati perkampungan warga yang ramai. Dari berbagai permasalahan yang ada dibutuhkan berbagai macam strategi sehingga dapat mengurangi permasalahan dalam pengembangan wisata kuliner tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing produk ekonomi kreatif oleh kelompok wanita pesisir desa kuranji. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT.

Katakunci: SWOT; Ekonomi; Kreatif; Kuliner; Wisata

ABSTRACT

Kuranji Village, West Lombok Regency, boasts significant creative economic potential, with handicrafts, seafood dishes, and traditional arts offering significant potential for development. Most tourists currently prefer culinary tourism. However, despite the growth of culinary tourism at Kuranji Dalang Beach, several challenges can hinder tourist interest. These include poorly managed food stalls, some of which appear rundown or littered with trash, and a lack of vendor presentation skills. These conditions can diminish the beauty and interest of visitors. A lack of technological support remains a major obstacle. This leaves the Kuranji Beach tourist area unable to compete with other culinary destinations. Despite the strategic location of the Kuranji Village culinary tourism area, close to the city, road access to the culinary tourism area is still relatively narrow, and the journey to the tourist attraction passes through busy residential areas. These various problems require various strategies to mitigate the challenges in developing the culinary tourism area. This study aims to formulate strategies that can increase the productivity and competitiveness of creative economic products produced by the coastal women's group in Kuranji

Village. The method used in this study is a descriptive research method with quantitative and qualitative research approaches, using a SWOT analysis.

Keywords: SWOT; Economy; Creative; Culinary; Tourism

PENDAHULUAN

Kuliner merupakan salah satu dari 16 sektor ekonomi kreatif. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), ekonomi kreatif sebagai sektor yang menggabungkan kesejahteraan dan pembukaan lapangan kerja pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, dengan menciptakan serta memanfaatkan daya kreasi dan daya cipta. (Kemenparekraf, 2020).

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting dalam mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan daya saing Indonesia di kancah internasional (Dinas Perindustrian Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2020). Ekonomi kreatif dapat meningkatkan perkembangan pariwisata, namun jika perkembangannya tidak di persiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi yang sangat mendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif kuliner. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan strategi dan arah kebijakan pengembangan kawasan pariwisata sehingga keberadaan objek dan daya tarik wisata dapat dikembangkan (Bahiyah, C. 2019).

Wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati berbagai jenis makanan khas daerah tujuan. Menurut Morrison, Hidayah dan Safitri dalam Handbook Pemasaran Destinasi Pariwisata, kuliner yaitu jenis wisata yang melibatkan aktivitas pencarian pengalaman melalui makanan dan minuman (Hidayah, N 2019). Kelompok wanita pesisir memiliki peran penting dalam mendukung ekonomi keluarga dan komunitas di wilayah pesisir. Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat memiliki potensi ekonomi kreatif seperti kerajinan tangan, olahan makanan laut, dan produk seni tradisional memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Sebagian besar wisatawan saat ini lebih memilih wisata kuliner. Namun ditengah berkembangnya wisata kuliner di pantai Kuranji Dalang terdapat berbagai permasalahan yang dapat membuat wisata kuliner tersebut dapat mengurangi minat kunjungan wisatawan. Seperti pengelolaan lapak kuliner yang belum tertata dengan baik bahkan sebageian masih terlihat kumuh atau dipenuhi dengan sampah dan kurangnya keterampilan pedagang dalam seni penyajian, dengan kondisi seperti ini dapat mengurangi keindahan dan minat pengunjung, dan minimnya dukungan teknologi masih menjadi hambatan utama. Hal ini menyebabkan wisata pantai Kuranji belum bisa bersaing dengan lokasi wisata kuliner lainnya. Walaupun letak wisata kuliner Desa Kuranji memiliki lokasi strategis yaitu dekat dengan perkotaan namun akses jalan diberbagai titik menuju wisata kuliner tersebut masih terbilang sempit dan perjalanan menuju tempat wisata tersebut melewati perkampungan warga yang ramai. Dari berbagai permasalahan yang ada dibutuhkan berbagai macam strategi sehingga dapat mengurangi permasalahan dalam pengembangan wisata kuliner tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing produk ekonomi kreatif oleh kelompok wanita pesisir desa kuranji.

METODE PELAKSANAAN

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif (Sugiyono, 2014). Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan teknik survei, yaitu wawancara langsung terhadap responden penelitian yang berpedoman pada daftar pertanyaan atau kuesioner penelitian.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api yang dipilih secara purposive sampling karena merupakan desa mitra Kabupaten Lombok Barat dengan jumlah kelompok wanita kreatif bervariasi. Penelitian dilaksanakan selama 8 bulan mulai Bulan April sampai dengan Desember 2025.

Teknik Penentuan Daerah Sampel dan Responden

Daerah penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa Desa Kuranji merupakan salah satu desa mitra Kabupaten Lombok Barat dengan jumlah kelompok wanita kreatif bervariasi. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 30 responden yang dipilih secara purposive sampling berdasarkan unsur-unsur tertentu seperti responden pemerintahan daerah, kelompok wanita ekonomi kreatif, wanita pengusaha perikanan tangkap dan lainnya.

Definisi Operasional, Variabel dan Cara Pengukurannya

1. Produk ekonomi kreatif adalah produk yang di hasilkan dari kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial
2. Kelompok wanita pesisir adalah kelompok wanita pesisir yang memproduksi atau mengelolah dan menghasilkan produk ekonomi kreatif di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat yang dianalisis menggunakan dianalisis secara deskriptif.
3. Strategi peningkatan adalah strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat yang dianalisis menggunakan analisis SWOT.
4. Prioritas strategi peningkatan produk ekonomi kreatif adalah strategi prioritas peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat yang dianalisis dengan menggunakan AHP.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden melalui teknik wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian ini.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal serta alternatif strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat. Ada beberapa langkah yang dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT yaitu:

1. Tahap Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal
Tahapan mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), dan faktor eksternal meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats).
2. Tahap Analisis
Tahap analisis dilakukan dengan membuat matriks internal dan eksternal SWOT.
3. Tahap pengambilan keputusan
Pada tahap pengambilan keputusan, matriks SWOT perlu merujuk kembali pada matriks internal dan eksternal sehingga dapat diketahui alternatif strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kabupaten Lombok Barat secara berkelanjutan. Adapun matriks analisis SWOT adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Matrik Analisis SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Weaknesses (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan 5-10 Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Peningkatan Produk Ekonomi Kreatif pada Kelompok Wanita Pesisir

Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT ini merupakan analisis terhadap faktor internal dan eksternal suatu perusahaan atau usaha. Dalam rangka peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat maka perlu dilakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal sebagai berikut.

Faktor Internal Peningkatan Produk berkelanjutan Ekonomi Kreatif pada Kelompok Wanita Pesisir

Faktor internal peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat terdiri atas faktor kekuatan (strengths) dan faktor kelemahan (weaknesses). Faktor kekuatan merupakan faktor yang merupakan kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Adapun beberapa faktor tersebut yang teridentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki sumber daya alam pesisir yang melimpah sebagai bahan baku produk ekonomi kreatif.
2. Dukungan pengalaman kelompok wanita pesisir yang mengelolah ekonomi kreatif tinggi dan kompak.

3. Kearifan lokal serta keterampilan tradisional yang sudah dimiliki, seperti pengolahan hasil laut atau kerajinan.
4. Produk memiliki ciri khas lokal yang unik sehingga berpotensi menjadi daya tarik pasar.
5. Adanya semangat tinggi dari anggota kelompok untuk meningkatkan pendapatan keluarga.

Kemudian faktor kelemahan (weaknesses) merupakan kekurangan atau kendala yang dimiliki produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Adapun beberapa faktor kelemahan tersebut yang teridentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan areal tangkap masih kurang optimal
2. Keterbatasan modal usaha dan akses perbankan.
3. Kurangnya manajemen usaha pengolahan produk perikanan tangkap dan pemasaran terbatas hanya di tingkat lokal.
4. Kurangnya inovasi dalam pengembangan desain kemasan produk dan legalitas usaha (izin edar, sertifikasi halal, PIRT, merek dagang).
5. Keterbatasan teknologi produksi dan peralatan pendukung.

Faktor Eksternal Peningkatan Produk Berkelanjutan Ekonomi Kreatif pada Kelompok Wanita Pesisir

Faktor eksternal peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat perlu juga diidentifikasi faktor eksternal yang terdiri atas faktor peluang (opportunity) dan faktor ancaman (threats). Faktor peluang merupakan faktor-faktor pendukung atau peluang untuk peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir. Adapun faktor-faktor peluang tersebut meliputi:

1. Dukungan program pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif.
2. Tren pasar yang semakin mengutamakan produk lokal dan ramah lingkungan.
3. Potensi pariwisata di Lombok Barat yang dapat menjadi pasar bagi produk kreatif.
4. Kemajuan teknologi digital yang membuka akses pemasaran online.
5. Adanya peluang kerjasama dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, dan LSM dalam pelatihan maupun pemasaran.
6. Peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemberdayaan perempuan.

Kemudian selain faktor peluang, terdapat juga faktor eksternal yang berupa ancaman yaitu faktor-faktor yang dapat menjadi penghambat atau sebagai ancaman dalam peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Adapun faktor-faktor ancaman tersebut yang teridentifikasi meliputi:

1. Persaingan ketat dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih maju.
2. Fluktuasi harga bahan baku hasil laut dan pertanian.
3. Perubahan gaya hidup konsumen yang cepat, menuntut inovasi berkelanjutan.
4. Risiko bencana alam (banjir rob, cuaca ekstrem) yang dapat memengaruhi bahan baku dan produksi.
5. Ketergantungan pada pasar lokal jika tidak mampu mengembangkan jejaring lebih luas.
6. Masuknya produk modern dengan harga murah yang dapat menggeser produk lokal.

Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

IFAS merupakan hasil evaluasi dari identifikasi faktor-faktor strategis internal berupa kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Hasil

evaluasi faktor internal ini berdasarkan pada jawaban dari responden sehingga diperoleh skor dari perkalian bobot dan rating pada masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan. Adapun secara lengkap IFAS disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 2. Hasil analisis IFAS peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat 2025

No.	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
A	Kekuatan			
1	Memiliki sumber daya alam pesisir yang melimpah sebagai bahan baku produk ekonomi kreatif.	0.11	3.40	0.38
2	Dukungan pengalaman kelompok wanita pesisir yang mengelolah ekonomi kreatif tinggi dan kompak.	0.10	3.13	0.32
3	Kearifan lokal serta keterampilan tradisional yang sudah dimiliki, seperti pengolahan hasil laut atau kerajinan.	0.11	3.23	0.34
4	Produk memiliki ciri khas lokal yang unik sehingga berpotensi menjadi daya tarik pasar.	0.11	3.33	0.37
5	Adanya semangat tinggi dari anggota kelompok untuk meningkatkan pendapatan keluarga.	0.11	3.23	0.34
				1.76
B	Kelemahan			
1	Pemanfaatan areal tangkap masih kurang optimal	0.09	2.65	0.23
2	Keterbatasan modal usaha dan akses perbankan.	0.10	3.12	0.32
3	Kurangnya manajemen usaha pengolahan produk perikanan tangkap dan pemasaran terbatas hanya di tingkat lokal.	0.09	2.84	0.27
4	Kurangnya inovasi dalam pengembangan desain kemasan produk dan legalitas usaha (izin edar, sertifikasi halal, PIRT, merek dagang).	0.10	2.98	0.29
5	Keterbatasan teknologi produksi dan peralatan pendukung.	0.08	2.44	0.20
	Total Skor B	1		1.31
	Selisih Total Skor A- Total Skor B			0.45

Nilai yang diperoleh dari evaluasi faktor internal yaitu selisih antarakekuatan dan kelemahan berdasarkan tabel di atas yaitu sebesar 0.45. Faktor kekuatan masih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat telah mampu mengoptimalkan kekuatan atau mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

External Factors Analysis Summary (EFAS)

EFAS merupakan hasil dari evaluasi faktor-faktor strategis eksternal peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat berupa peluang dan ancaman yang telah diberi bobot dan rating. Hasil evaluasi faktor eksternal berdasarkan jawaban dari responden diperoleh skor dari perkalian bobot dan rating pada masing-masing faktor peluang dan ancaman. Hasil analisis EFAS secara lengkap disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil analisis EFAS peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat Tahun 2025

No.	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
A	Peluang			
1	Dukungan program pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif.	0.10	3.67	0.36
2	Tren pasar yang semakin mengutamakan produk lokal dan ramah lingkungan.	0.09	3.30	0.29
3	Potensi pariwisata di Lombok Barat yang dapat menjadi pasar bagi produk kreatif.	0.10	3.60	0.35
4	Kemajuan teknologi digital yang membuka akses pemasaran online.	0.10	3.67	0.36
5	Adanya peluang kerjasama dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, dan LSM dalam pelatihan maupun pemasaran.	0.09	3.47	0.32
6	Peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemberdayaan perempuan.	0.09	3.23	0.28
Total Skor A				1.95
B	Ancaman			
1	Persaingan ketat dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih maju.	0.08	2.90	0.22
2	Fluktuasi harga bahan baku hasil laut dan pertanian.	0.07	2.70	0.19
3	Perubahan gaya hidup konsumen yang cepat, menuntut inovasi berkelanjutan.	0.08	2.83	0.21
4	Risiko bencana alam (banjir rob, cuaca ekstrem) yang dapat memengaruhi bahan baku dan produksi.	0.07	2.73	0.20
5	Ketergantungan pada pasar lokal jika tidak mampu mengembangkan jejaring lebih luas.	0.07	2,77	0.20
6	Masuknya produk modern dengan harga murah yang dapat menggeser produk lokal.	0.07	2.63	0.18
Total Skor B				1.22
Selisih Total Skor A- Total Skor B				0.73

Hasil evaluasi faktor eksternal memberikan nilai skor total sebesar 0,73. Faktor peluang masih mendominasi dibandingkan dengan faktor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa potensi atau peluang untuk peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat mampu memanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang ada.

Penentuan Strategi peningkatan produk berkelanjutan ekonomi kreatif pada kelompok Wanita pesisir

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam rangka peningkatan produk berkelanjutan ekonomi kreatif pada kelompok Wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat, maka dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi pengembangan. Adapun strategi strategi yang di hasilkan dari tabel matrik SWOT secara detail adalah berikut ini.

Berdasarkan matrix SWOT pada tabel di atas maka dapat dirumuskan beberapa strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji yang meliputi Strategi SO (Strengths – Opportunities), strategi ST (Strengths-Threats), strategi W-O (Weakness–Oppurtunies), dan strategi W-T (Weakness – Threats). Strategi SO merupakan strategi yang

mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang dalam mengembangkan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji. Adapun rumusan strategi SO tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan sumber daya alam pesisir yang melimpah sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas.
2. Memperluas jangkauan pemasaran dengan menonjolkan branding produk lokal sebagai daya tarik pariwisata di Lombok Barat.
3. Memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif melalui konten kreatif yang menarik dan sesuai tren pasar.
4. Menyelenggarakan pelatihan pengolahan hasil laut dan kerajinan bekerja sama dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, serta LSM guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk.
5. Mendorong peran aktif kelompok wanita pesisir dengan mengoptimalkan semangat berwirausaha anggota dalam rangka mendukung peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemberdayaan perempuan.

Strategi ST (Strengths-Threats) merupakan strategi dalam menggunakan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun rumusan strategi ST yaitu:

1. Meningkatkan branding produk lokal agar mampu menarik perhatian konsumen dan memperkuat daya saing.
2. Memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia untuk meminimalkan kerugian akibat fluktuasi harga bahan baku.
3. Menekan biaya produksi melalui pemanfaatan optimal sumber daya yang dimiliki secara efisien.
4. Mengoptimalkan semangat tinggi anggota kelompok untuk melakukan diversifikasi pasar melalui penjualan online maupun perluasan akses ke pasar luar daerah, sehingga tidak bergantung pada pasar lokal.

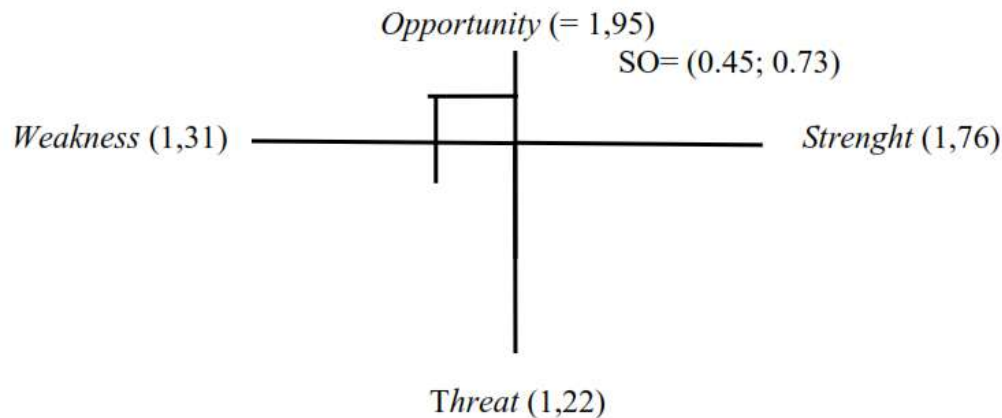
Strategi WO (Weakness–Oppurtunies) yaitu strategi yang mampu meminimalkan kelemahan yang ada untuk meraih peluang dalam rangka mengembangkan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji. Adapun rumusan strategi WO yaitu sebagai berikut:

1. Melaksanakan sosialisasi bersama LSM untuk mengoptimalkan pemanfaatan areal tangkap secara produktif dan berkelanjutan.
2. Memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan dan volume penjualan produk ekonomi kreatif.
3. Menjalin kerja sama dengan pihak swasta dan pemerintah untuk memperoleh dukungan permodalan dalam rangka memperkuat perekonomian masyarakat.
4. Mengoptimalkan sumber daya manusia, khususnya melalui pemberdayaan perempuan, untuk mengatasi keterbatasan teknologi produksi dan peralatan pendukung.

Strategi WT (Weakness – Threats) yaitu strategi yang dilakukan dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman mengembangkan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji. Adapun rumusan strategi WT yaitu: Melakukan inovasi desain kemasan yang lebih modern dan menarik untuk meningkatkan daya saing dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih maju. Mengoptimalkan pemanfaatan areal tangkap secara produktif dan berkelanjutan guna menjaga ketersediaan bahan baku meskipun harga di pasar berfluktuasi. Mengembangkan sistem manajemen usaha yang lebih modern, seperti pencatatan keuangan digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial, agar mampu menyesuaikan dengan perubahan gaya hidup konsumen yang menuntut produk praktis dan transparan.

Untuk merumuskan strategi mengembangkan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji, maka perlu dibuat matriks space. Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS dapat dihitung sebagai berikut:

- Kekuatan (Strenghts) – Kelemahan (Weaknesses) = $1.76 - 1.31 = 0.45$
- Peluang (Opportunities) – Ancaman (Threats) = $1.95 - 1.22 = 0.73$



Gambar 1. Matrik Space

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada matrik space di atas maka strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji adalah Strategi SO (Strenght–Oppurtunies) yaitu strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan yang ada untuk meraih peluang dalam rangka peningkatan produk berkelanjutan ekonomi kreatif pada kelompok Wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat. Adapun rumusan strategi SO yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan sumber daya alam pesisir yang melimpah sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas.
2. Memperluas jangkauan pemasaran dengan menonjolkan branding produk lokal sebagai daya tarik pariwisata di Lombok Barat.
3. Memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif melalui konten kreatif yang menarik dan sesuai tren pasar.
4. Menyelenggarakan pelatihan pengolahan hasil laut dan kerajinan bekerja sama dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, serta LSM guna meningkatkan kualitas dan daya saing produk.
5. Mendorong peran aktif kelompok wanita pesisir dengan mengoptimalkan semangat berwirausaha anggota dalam rangka mendukung peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemberdayaan perempuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya selaku peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Pertanian dan LPPM Universitas Mataram selaku penyelenggara dan yang memberi dana atau yang mendanai kegiatan penelitian ini sehingga peneliti dapat melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal strategi peningkatan produk ekonomi kreatif pada kelompok wanita pesisir di Desa Kuranji meliputi kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan yaitu: Memiliki sumber daya alam pesisir yang melimpah sebagai bahan baku produk ekonomi kreatif, dukungan pengalaman kelompok wanita pesisir yang mengelolah ekonomi kreatif tinggi dan kompak, kearifan lokal serta keterampilan tradisional yang sudah dimiliki, seperti pengolahan hasil laut atau kerajinan, produk memiliki ciri khas lokal yang unik sehingga berpotensi menjadi daya tarik pasar, adanya semangat tinggi dari anggota kelompok untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Sedangkan faktor kelemahan meliputi Pemanfaatan areal tangkap masih kurang optimal, keterbatasan modal usaha dan akses perbankan, kurangnya manajemen usaha pengolahan produk perikanan tangkap dan pemasaran terbatas hanya di tingkat local, kurangnya inovasi dalam pengembangan desain kemasan produk dan legalitas usaha (izin edar, sertifikasi halal, PIRT, merek dagang), dan keterbatasan teknologi produksi dan peralatan pendukung.
2. Faktor Eksternal perikanan tangkap meliputi peluang dan ancaman. Faktor peluang terdiri atas Dukungan program pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif, tren pasar yang semakin mengutamakan produk lokal dan ramah lingkungan, potensi pariwisata di Lombok Barat yang dapat menjadi pasar bagi produk kreatif, kemajuan teknologi digital yang membuka akses pemasaran online, Adanya peluang kerjasama dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, dan LSM dalam pelatihan maupun pemasaran, dan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemberdayaan perempuan. Sedangkan faktor ancaman meliputi Persaingan ketat dengan produk sejenis dari daerah lain yang lebih maju, fluktuasi harga bahan baku hasil laut dan pertanian, perubahan gaya hidup konsumen yang cepat, menuntut inovasi berkelanjutan, Risiko bencana alam (banjir rob, cuaca ekstrem) yang dapat memengaruhi bahan baku dan produksi, Ketergantungan pada pasar lokal jika tidak mampu mengembangkan jejaring lebih luas, Masuknya produk modern dengan harga murah yang dapat menggeser produk lokal
3. Strategi peningkatan produk berkelanjutan ekonomi kreatif pada kelompok Wanita pesisir di Desa Kuranji Kecamatan Labu Api Kabupaten Lombok Barat yaitu : a). Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan sumber daya alam pesisir yang melimpah sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas. b). Memperluas jangkauan pemasaran dengan menonjolkan branding produk lokal sebagai daya tarik pariwisata di Lombok Barat. C). Memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk ekonomi kreatif melalui konten kreatif yang menarik dan sesuai tren pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahiyah, C. (2019). Strategi pengembangan kawasan pariwisata berbasis potensi lokal. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Kabupaten Lombok Barat dalam Angka 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://lombokbaratkab.bps.go.id>
- David, F. R. (2014). Manajemen Strategis Konsep-konsep Edisi Kesembilan. PT. Indeks: Jakarta.
- Dinas Perindustrian Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2020). Rencana Pengembangan Industri Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2020–2024. Mataram: Dinas Perindustrian

Provinsi NTB.

Hidayah, N. (2019). Pemasaran Destinasi Pariwisata. Bandung: Alfabeta.

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 32-42
<https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>

Julio, G., Tarigan, K., & Salmiah. (2014). Pengaruh penyuluhan terhadap produksi usaha tani stroberi (Kasus: Desa Tongkoh Kecamatan Daulat Rakyat Kabupaten Karo). *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*, 3(6), 1–13.
<https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/8210>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020–2024. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2021. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas. (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. Jakarta: Bappenas.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Nursan, M. (2015). Analisis Efisiensi dan Daya Saing Usahatani Jagung pada Lahan Kering dan Sawah di Kabupaten Sumbawa [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Purwanti, E. (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 5(9), 13–28. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/65>

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.

World Tourism Organization. (2021). Global Report on Food Tourism. Madrid: UNWTO.