

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SENTRA KERAJINAN MUTIARA SEKARBELA, KOTA MATARAM, NUSA TENGGARA BARAT DENGAN KONSEP DESA WISATA

Baiq Liana Widiyanti

Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP HAMZANWADI SELONG
Jl.TGKH. Zainuddin Abdul Madjid No.132 Pancor-Selong, Lombok
Timur, NTB
Email: liana.baiq@yahoo.com

Abstrak

Sentra kerajinan mutiara yang ada di Desa Sekarbela, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi NTB sudah cukup lama dikenal oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, hanya saja saat ini pamornya mulai meredup. Hal ini yang melatarbelakangi penelitian yang menggunakan metode survai dengan pendekatan kualitatif, melalui metode observasi, wawancara serta kajian pustaka. Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pelaku ekonomi kreatif serta tokoh masyarakat yang ada di Desa Sekarbela. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Kantor Desa Sekarbela, Deperindag dan BPS. Pengolahan data memanfaatkan statistik deskriptif dengan tehnik analisis SWOT. Hasil temuan menunjukkan bahwa penyebab dari berkurangnya daya tarik sentra kerajinan ini adalah karena pengelolaannya masih bersifat parsial dan individual. Kelembagaan yang ada, baik secara ekonomi maupun komunitas belum terlihat nyata. Inovasi produk sudah cukup baik, hanya saja promosi yang dapat meningkatkan kualitas kunjungan, dan dapat membangun citra pariwisata yang dapat diterima oleh masyarakat lokal, serta menciptakan rasa bangga bagi pemangku kepentingan pariwisata masih minim. Tantangan pembangunan pariwisata di tempat ini berasal dari lemahnya peran serta masyarakat lokal serta kurangnya pemberdayaan oleh pemerintah setempat. Desa Sekarbela ini dapat dikembangkan dengan menerapkan konsep desa wisata.

Kata Kunci: sentra kerajinan mutiara, ekonomi kreatif, pengembangan, desa wisata, kelembagaan.

Abstract

Title: The Pearl Craft Center: Creative Economy Development with The Concept of Tourism Village in Sekarbela, , Mataram, West Nusa Tenggara Province

Pearl crafts center in Sekarbela village, District of Sekarbela, in Mataram, NTB (West Nusa Tenggara) had been long known by tourists, both domestics and foreigners. This research applies survey method by using qualitative approach, through observation, interviews and literature reviews. The primary data were obtained directly from interview with some creative economic actors and community leaders in Sekarbela village. Secondary data were obtained from the relevant agencies, such as local authorities of Sekarbela, the Ministry of industries and trading and also Badan Pusat Statistik (Statistics Bureau). Data processing utilizing descriptive statistics with SWOT analysis techniques. The findings showed that the cause of the diminishing appeal of this craft center is because management is still partial and individual. Existing institutions, both economic and community is not visible. Product innovation is already quite good, only promotions that can improve the quality of the visits, and can build the image of tourism that can be accepted by the local community, as well as creating a sense of pride for tourism stakeholders still minimal. Challenges of development of tourism in this place from the lack of participation of local communities and lack of empowerment of local governments. Sekarbela village can be developed by applying the concept of rural tourism.

Keywords: pearl craft center, creative economy, development, tourism village, institutional

Pendahuluan

Klaim Ekonomi Kreatif sebagai kekuatan baru ekonomi Indonesia tidaklah berlebihan apabila dilihat dari sisi perkembangan dan kemajuannya saat ini. Oleh karena itu ekonomi kreatif harus dikembangkan secara berkelanjutan dengan penguatan di segala aspek seperti sumberdaya, industri, pembiayaan, pemasaran, teknologi dan infrastruktur. Kelembagaannya pun harus kuat dan bersinergi, antara pemerintah, masyarakat bisnis, intelektual dan komunitas sebagai bagian dari kelembagaan ekonomi kreatif haruslah bersinergi dalam menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada. Ekonomi Kreatif berbasis Seni Budaya, fokus pada pengembangan seni pertunjukan, seni rupa dan sebagainya, sedangkan Ekonomi Kreatif berbasis Media, Desain dan Iptek, fokus pada bidangnya.

Ekonomi kreatif merupakan sektor strategis dalam pembangunan nasional ke depan, karena ekonomi kreatif berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional.

Kontribusi sektor ekonomi kreatif mencapai 7% terhadap PDB Nasional, menyerap 11,8 juta tenaga kerja atau sebesar 10,72% dari total tenaga kerja nasional, menciptakan 5,4 juta usaha atau sekitar 9,68% dari total jumlah usaha nasional, serta berkontribusi terhadap devisa negara sebesar 119 Triliun atau sebesar 5,72% dari total ekspor nasional. Pada tahun 2013 pertumbuhan ekonomi kreatif mencapai 5,76% atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional 5,74% (Sumber: Ditjen Ekonomi Kreatif, Mei 2014).

Di daerah, ekonomi kreatif perlu mendapatkan perhatian yang cukup.

Basis ekonomi kreatif yang sudah ada agar dilakukan pembinaan yang baik dalam rangka menciptakan nilai tambah bagi para pelaku ekonomi kreatif. Demikian juga dengan para pemangku kepentingan (pemerintah, masyarakat bisnis, intelektual/akademisi, komunitas atau para pegiat) harus memiliki tekad dan semangat yang kuat untuk terus berupaya mengembangkan dan membangkitkan semangat para pelaku ekonomi kreatif menciptakan karya dan ide yang kreatif dan inovatif.

Untuk mencapai daya saing kompetitif pada sektor ekonomi kreatif ini, Kementerian Pariwisata pada periode 2015-2019 telah menetapkan rencana pengembangan yang menitikberatkan pada: (1) peningkatan kuantitas dan kualitas orang kreatif lokal yang didukung oleh lembaga pendidikan yang sesuai dan berkualitas; (2) peningkatan pengembangan dan pemanfaatan bahan baku lokal yang ramah lingkungan dan kompetitif; (3) peningkatan pertumbuhan dan daya saing industri kreatif; (4) terciptanya lembaga pembiayaan dan akses pembiayaan yang sesuai bagi wirausaha kreatif lokal; (5) meningkatnya keragaman segmen dan pangsa pasar ekonomi kreatif; (6) meningkatnya pengembangan dan akses terhadap infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif bagi industri kreatif; (7) Terciptanya iklim usaha yang kondusif dan meningkatnya apresiasi terhadap karya kreatif lokal. Itulah beberapa kebijakan pemerintah untuk sektor Ekonomi Kreatif, kewajiban kita semua untuk menyukseskannya.

Pariwisata telah menjadi salah satu industri terbesar di dunia, dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai

negara. Negara-negara dan teritori seperti Thailand, Singapura, Filipina, Fiji, Maladewa, Hawaii, Tonga, Galapagos, Barbados, Kepulauan Karibia, dan sebagainya, sangat tergantung pada devisa yang didapatkan dari kedatangan wisatawan. Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara, sudah tidak diragukan lagi (Pitana, 2006 dalam Tirtawati, 2009). Menurut WTO, bahwa potensi perkembangan pariwisata dunia diprediksi akan semakin baik di masa-masa mendatang.

Selama ini pariwisata sebagai sektor unggulan di beberapa negara telah terbukti berhasil memberikan kontribusi yang signifikan. Ada banyak indikator yang dapat menunjukkan kesuksesan pariwisata ini, seperti peningkatan investasi di bidang pembangunan sarana dan fasilitas kepariwisataan, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta penerimaan pemerintah dalam bentuk pajak yang telah menggerakkan perekonomian negara.

Metode

Penelitian ini dilakukan di sentra kerajinan mutiara di Desa Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi NTB, yang berjarak sekitar km dari ibukota provinsi NTB.

Metode penelitian adalah survey. Menggunakan tehnik wawancara untuk mendapatkan data primer mengenai aktivitas ekonomi kreatif yang ada di Desa Sekarbela dan kajian pustaka serta informasi dari dinas terkait untuk data sekunder. Pengolahan data menggunakan statistik deskriptif, sedangkan analisis data menggunakan

tehnik SWOT untuk memberikan gambaran mengenai tantangan, peluang serta potensi yang ada dan dapat dikembangkan di Sentra Kerajinan Mutiara di lokasi penelitian, sehingga ke depannya perkembangan serta pertumbuhan industri kerajinan di lokasi ini dapat dipertahankan, dan diupayakan agar lebih dikembangkan.

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1. Peta Kota Mataram

Tak hanya keindahan pantai dan pemandangannya yang menakjubkan, Pulau Lombok juga terkenal sebagai salah satu penghasil mutiara terbaik di dunia. Sebagai penunjang, terdapat banyak sentra pengerajin mutiara di pulau ini, salah satunya adalah Kampung atau Desa Sekarbela.

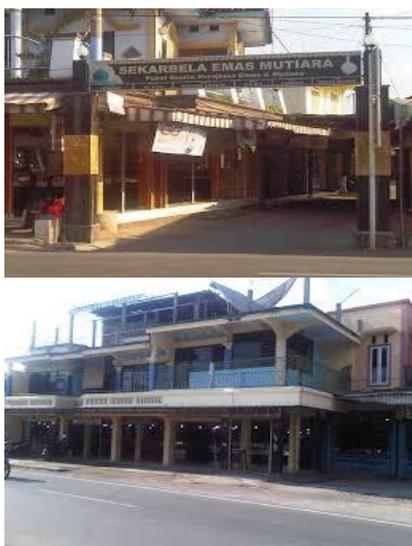
Secara administratif kampung ini berada di Kelurahan Karang Pule, Kecamatan Ampenan, Kota Mataram. Sekitar 4 Kilometer dari pusat Kota Mataram. Di kampung ini terdapat banyak pengerajin perhiasan dari berbagai bahan mulia, seperti emas, perak, dan mutiara. Di tangan terampil para pengrajin, kita akan menyaksikan bagaimana sebuah mutiara diubah menjadi perhiasan yang indah dalam waktu singkat. Profesi pengrajin ini telah diturunkan dari generasi ke generasi. Di kampung mutiara Sekarbela ini para pengunjung dapat mengunjungi toko-toko yang menampilkan hasil jadi kerajinan

mutiara. Mulai dari butiran mutiara, sampai mutiara yang terbalut logam mulia yang telah berbentuk perhiasan, seperti anting-anting, kalung, dan gelang. Selain itu, pengunjung juga bisa mendapatkan perhiasan yang terbuat dari bahan lain, seperti Batu Safir atau Batu Kecubung.



Gambar 2. Tugu Masuk Sentra Kerajinan Mutiara Sekarbela

Sederet toko perhiasan dan bengkel kerja pengrajin akan dapat ditemukan di kawasan ini. pengunjung juga bisa mengunjungi *Mataram Craft Centre* yang berada di jalan Ahmad Dahlan, Pegangsaan.



Gambar 3. Toko Perhiasan dan Permukiman di Desa Sekarbela.

Harga perhiasan di Kampung Mutiara Sekarbela bervariasi, biasanya tergantung dari jenis dan berat perhiasan. Terdapat dua macam jenis bahan untuk perhiasan mutiara, yaitu Mutiara Laut dan Mutiara Air Tawar. Mutiara Laut biasanya berbentuk oval, serta berwarna putih, emas, hitam dan perak, sedangkan Mutiara Air Tawar berbentuk bundar, dengan varian warna seperti putih, biru, pink, kuning, dan oranye. Warna mutiara dari jenis air tawar lebih bervariasi, karena warna tersebut disuntikkan dari bahan tertentu ke induk kerang penghasil mutiara.



Gambar 4. Proses Panen Mutiara.

Untuk masalah harga, Mutiara Laut cenderung lebih mahal dibanding Mutiara Air Tawar. Pengunjung bisa mendapatkan Mutiara Laut dengan harga mulai Rp. 100.000,- hingga Rp. 500.000,- per-gramnya, sedangkan untuk Mutiara Air Tawar, bisa diperoleh dengan harga Rp. 15.000,- per butir.

Pengunjung juga bisa memesan perhiasan sesuai dengan keinginan, baik dari bentuk maupun bahan perhiasan. Untuk desain yang simpel,

pengunjung hanya perlu menunggu proses pembuatan perhiasan selama 3 hari saja. Namun untuk desain yang relatif rumit, harus menunggu sampai 1 minggu.



Gambar 5. Contoh Desain Perhiasan Mutiara di Desa Sekarbela.

Selain mencuci mata dan berbelanja perhiasan, pengunjung juga bisa menengok proses pembuatannya. Salah satu toko yang akan menerima Anda adalah Toko Mutiara Lombok, yang berlokasi di Jl. Sultan Kaharuddin, Mataram. Di toko tersebut pengunjung dapat menyaksikan bagaimana mutiara dipadu dengan emas, perak, dan logam lainnya menjadi sebuah perhiasan. Proses pembuatannya terbilang sederhana. Namun kualitasnya bisa dibandingkan dengan perhiasan yang dibuat secara modern.

Untuk mengunjungi Kampung Mutiara Sekarbela sangatlah mudah. Anda bisa mencapainya dengan kendaraan pribadi selama 30 menit dari pusat kota. Anda bisa menempuh rute Mataram-Pagesangan-Sekarbela.

Namun jika Anda ingin mengunjungi Kampung Sekarbela dengan menggunakan kendaraan umum, Anda hanya bisa menggunakan Cidomo. Anda bisa menaiki Cidomo dengan jurusan Mataram-Pagesangan (Rp. 2.000,- per orang), kemudian dilanjutkan dengan Cidomo jurusan Pagesangan-Sekarbela dengan tarif yang sama.

Pengembangan UMKM merupakan salah satu urusan wajib Pemerintah Kota Mataram. Pelaksanaan program/kegiatan RKPD tahun 2009 terdiri dari program/kegiatan pada 18 urusan wajib dan 7 urusan pilihan penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Kota Mataram sebagaimana diamanatkan dalam Perda Nomor 13 Tahun 2006. Pembangunan urusan koperasi dan UMKM di Kota Mataram ditandai dengan peningkatan jumlah koperasi yang aktif dalam periode 2005-2009 sebanyak 521 unit atau meningkat 25,24% dari tahun 2005 yang berjumlah 416 unit (Prima Kelola Agroindustri, 2012).

Selain merupakan salah satu urusan wajib, kegiatan pengembangan UMKM/IKM juga merupakan satu dari 8 urusan pilihan yang dilakukan pemerintah kabupaten. Pengembangan industri dilakukan dalam rangka mendorong peningkatan produksi dan nilai tambah usaha ekonomi masyarakat yang mendukung sektor perdagangan serta memperlancar distribusi produk. Adapun jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada tahun 2009 di Kota Mataram sejumlah 9.725 UMKM.

Keberadaan pelaku industri di Kota Mataram saat ini cukup banyak, namun kontribusi sektor industri pengolahan dalam perekonomian daerah masih relatif kecil. Pada Tahun 2010, Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Mataram mencapai 3.305 unit usaha dan menyerap tenaga kerja sebesar 13.021 orang. Unit usaha tersebut tersebar di beberapa sektor industri dan tergabung dalam beberapa sentra industri (Prima Kelola Agribisnis, 2012).

Sektor perdagangan yang merupakan penggerak utama dan ujung tombak pembangunan ekonomi di Kota Mataram mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Hal ini ditandai dengan perkembangan usaha perdagangan di Kota Mataram dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan baik dari kuantitas maupun nilai produksinya.

Pada tahun 2011, jumlah usaha perdagangan menurut skala usaha tercatat 10.573 unit usaha, mengalami peningkatan sekitar 6,04% dari tahun 2010 yang berjumlah 9.970 unit usaha. Menurut skala usahanya, perdagangan dibedakan menjadi perdagangan besar, mikro, kecil dan menengah. Keberadaan usaha perdagangan mikro, kecil dan menengah di Kota Mataram mencapai 9.881 unit usaha atau mencapai 93,45% dari jumlah perusahaan perdagangan. Penyebaran usaha perdagangan di Kota Mataram ditinjau dari penyebaran per kecamatan, sekitar 88,53% berada di Kecamatan Mataram, Cakranegara dan Ampenan, karena ketiga Kecamatan tersebut adalah pusat ekonomi dan perdagangan (Prima Kelola Agribisnis, 2012).

Dari data penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang bekerja

sama dengan PT. Prima Kelola Agribisnis mengenai Komoditas Produk Jenis Usaha (KPJU) Unggulan di Kota Mataram, Skor-terbobot Tingkat Kepentingan Setiap Sektor Ekonomi Menurut Aspek Tujuan dan Urutan Kepentingannya Dalam Rangka Penetapan KPJU Unggulan di Kota Mataram, sektor perindustrian menempati rangking pertama dengan nilai skor berturut-turut untuk aspek pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing produk adalah: 0,1927; 0,1450; dan 0,1864 sehingga skor atau bobot gabungan menjadi 0,1756 (Prima Kelola Agribisnis, 2012).

Tabel 1. Sektor Terbobot untuk KPJU Kota Mataram

No.	Sektor usaha	KPJU	Skor terbobot
1.	Perindustrian	Kerajinan perhiasan (emas, perak, mutiara)	0,0671
2.	Perdagangan	Pedagang perhiasan	0,0523

Sumber: Laporan Penelitian KPJU Unggulan NTB, 2012.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

Internal	<p>S - Operasional aktivitas ekonomi kreatif sudah berlangsung cukup lama sehingga memiliki akar budaya yang kuat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah usaha dan pengrajin mencukupi karena merupakan profesi turun menurun sehingga tidak kekurangan SDM - Ragam produk dan desain cukup bervariasi - Modal keuangan diperoleh dari kredit atau pinjaman serta modal sendiri <p>W - Pemasaran: promosi serta jaringan usaha masih kurang terkoordinir</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usaha pembimbingan atau pendampingan intensif dari lembaga terkait dengan
-----------------	--

- aktivitas ekonomi kreatif masih kurang
- Kegiatan produksi masih menggunakan teknologi sederhana
- Banyak pelaku usaha belum memahami proses pengajuan kredit sehingga modal sering menjadi alasan untuk tidak terjadinya perkembangan usaha

Eksternal	O	<ul style="list-style-type: none"> - Daya substitusi produk termasuk tinggi dengan adanya 2 jenis mutiara yang diproduksi dan juga beberapa jenis batu perhiasan yang lain. - Kondisi politik daerah yang mendukung perkembangan pariwisata yang senantiasa berdampingan dengan aspek perdagangan (souvenir). - Beragam jenis kredit serta kemudahan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang ada.
	T	<ul style="list-style-type: none"> - Saingan produk mutiara dari Cina - Persaingan antar pelaku industri (harga yang bervariasi untuk jenis produk yang sama). - Lingkungan sosial, perilaku pariwisata masyarakat yang belum terlalu mendukung kegiatan pariwisata serta aktivitas ekonomi kreatif.

Sumber: Data primer diolah, 2016

Analisis SWOT ini digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan atau reaksi perusahaan terhadap faktor internal dan eksternal serta mendapatkan alternatif strategi pemasaran. Analisis SWOT adalah analisis situasi yang dilakukan dengan cara identifikasi secara sistematis faktor-faktor yang mempengaruhi posisi bisnis suatu perusahaan yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan (Hunger and Wheelen, 2001). Dengan analisis SWOT tersebut akan memudahkan perusahaan sebagai organisasi dalam memformulasikan strategi serta mengimplementasikannya untuk mencapai misi dan tujuan yang telah ditetapkan (Boseman, dkk., 1986).

Singkatan SWOT menunjukkan elemen-elemen internal dan eksternal. Kekuatan dan kelemahan dari organisasi adalah elemen internal. Sedangkan peluang dan ancaman menunjukkan elemen eksternal organisasi. Dengan demikian, analisis terhadap elemen internal maupun eksternal perusahaan bukanlah aktivitas yang terpisah dari analisis SWOT, akan tetapi merupakan bagian yang saling melengkapi. Adapun obyek dalam analisis internal, antara lain: aspek pemasaran, aspek produksi dan operasi, aspek sumberdaya manusia dan aspek keuangan. Untuk analisis eksternal tinjauan difokuskan pada informasi tentang kekuatan-kekuatan luar (*outside forces*) yang memungkinkan bersinggungan dengan tujuan perusahaan. Kekuatan-kekuatan tersebut dapat merupakan peluang sekaligus ancaman terhadap perusahaan.

Wright (1994) membagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu:

- a. Lingkungan Makro, yang meliputi: legalitas hukum dan peraturan, kondisi perekonomian, teknologi dan lingkungan sosial.
- b. Lingkungan Industri dimana perusahaan beroperasi, meliputi: ancaman pendatang baru, tingkat persaingan antar pelaku industri, daya substitusi produksi yang ada, serta kekuatan tawar menawar dari *supplier (bargaining position)*.

Dengan melihat tabel matriks SWOT, dapat dilihat bahwa penilaian dari aspek internal memiliki kekuatan poin lebih tinggi jika dibandingkan dengan aspek eksternal, sehingga kegiatan atau aktivitas ekonomi kreatif yang ada di lokasi penelitian memang layak untuk dikembangkan. Terlebih lagi dengan didukung oleh kegiatan pariwisata yang sedang gencar dipromosikan.

Target wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok juga menjadi lebih beragam dengan prestasi yang dicapai Pulau Lombok menjadi finalis pada 2 kategori yaitu *World's Best Halal Honeymoon Destination* atau Destinasi bulan madu halal terbaik di dunia, dan *World's Best Halal Tourism Destination* atau Destinasi wisata halal terbaik di dunia. Dengan masuknya Lombok sebagai nominator saja itu sudah menunjukkan bahwa Lombok saat ini sudah dikenal khususnya di dunia pariwisata. Apalagi saat ini Lombok menjadi finalis dan bersaing dengan negara-negara yang sudah terkenal dengan destinasi wisatanya seperti Malaysia, Turkey dan Abu Dhabi. Pemerintah Uni Emirat Arab (UEA) menggelar sebuah event pariwisata halal seluruh dunia yang disebut *World's Halal Travel Summit Award*. Pada event tersebut, Pulau Lombok menjadi nominator dan finalis di dua kategori yakni *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* (<http://www.disbudpar.ntbp.rov.go.id/road-show/>).

Hal ini memberikan peluang besar untuk perkembangan di sektor lain yang mendukung pertumbuhan dan percepatan ekonomi di daerah-daerah yang ada di Pulau Lombok. Dan sebagai target utama adalah pengembangan ekonomi kreatif yang mendukung kegiatan pariwisata.

Setidak-tidaknya terdapat tiga alasan yang mendasar bagi pemerintah dalam memandang pentingnya keberadaan usaha kecil dan menengah (Brata, 2003). Alasan *pertama* adalah karena usaha kecil dan menengah cenderung lebih baik dalam hal penyerapan tenaga kerja produktif. *Kedua*, sebagai bagian dari dinamikanya, usaha kecil dan menengah sering mencapai

peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. *Ketiga* adalah karena diyakini bahwa usaha kecil dan menengah memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dibandingkan usaha berskala besar. Alasan-alasan inilah yang sangat relevan dalam konteks Indonesia yang tengah mengembangkan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor ekonomi unggulan.

Pengembangan desa wisata sebagai salah satu produk wisata alternatif dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan berkelanjutan. Pengembangan desa wisata perlu memperhatikan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata. Aspek kelembagaan ekonomi juga merupakan komponen penting dalam menunjang keberhasilan pengembangan desa wisata.

Melalui upaya penguatan kelembagaan ekonomi diharapkan pengembangan desa wisata dapat terus berjalan dan berkelanjutan. Perkembangan desa wisata pada umumnya dapat dikembangkan melalui pengembangan potensi ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor pariwisata akan merangsang suatu desa wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan desa wisata lainnya sehingga wisatawan akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas.

Kesimpulan

Kedepannya untuk dapat lebih memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh Sentra Kerajinan Mutiara yang ada di Desa Sekarbela, koordinasi serta

kerjasama yang baik dari seluruh pihak terkait, akademisi, pemerintah setempat, dan para *stake holders* sangat dibutuhkan secara terpadu dan terintegrasi, serta masing-masing diharapkan mampu menjalankan tugas serta fungsinya dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui konsep Desa Wisata. Pengembangan konsep Desa Wisata dapat digabungkan dengan beberapa lokasi wisata yang letaknya berdekatan sehingga paket wisata yang ditawarkan memiliki *attraction point* yang lebih tinggi untuk menarik minat wisatawan datang berkunjung. Pendampingan serta usaha pengedukasian masyarakat sekitar lokasi wisata juga harus terus ditingkatkan, agar mendukung kegiatan yang ada tanpa meninggalkan identitas kekhasan serta kearifan lokal.

[destinasi-wisata-halal-dunia/#sthash.umNHslZu.dpuf](#)
(diakses pada 7 Juni 2016)

Disbudpar NTB. 2015.
<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/ekonomi-kreatif-kekuatan-baru-ekonomi-indonesia/#sthash.uVuLUwqC.dpuf>
(diakses 5 Juni 2016)

Id.lombokindonesia.org/desa-mutiara-sekarbela-lombok/. (diakses 5 Juni 2016).

Daftar Pustaka

- Boseman, Glenn and Arvind Phatak, 1989, *Strategic Management: Text and Cases*, John Wiley & Sons, New York.
- Brata, A. G., 2003, *Distribusi Spasial UKM*, Penelitian, Universitas Atmajaya, Yogyakarta.
- Hunger, J. D. and Thomas L. Wheelen, 2001, *Manajemen Strategis*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Prima Kelola Agribisnis, 2012, *Laporan Penelitian KPJU Unggulan NTB 2012*. Kerjasama dengan Bank Indonesia, Bogor, Indonesia.
- Tambunan, T., 2000, *Development of Small-Scale Industries during the New Order Government in Indonesia*, Ashgate, London.
- Wright, P., 2001, *Strategic Management*, Printice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Disbudpar NTB. 2015.
<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/bangganya-lombok-masuk-3-besar->