

## Tingkat Daya Tarik Pasar dan Daya Tahan Aset Budaya sebagai Pesona Pariwisata di Kabupaten Lombok Timur

Qori' Bayyinaturosyi, Tri Kuntoro Priyambodo, Sudarmadji

### INTISARI

Budaya merupakan unsur signifikan aktivitas kepariwisataan. Pergerakan wisatawan ke berbagai tempat cenderung dikarenakan orientasi budaya. Survei UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) setiap tahunnya melaporkan perkembangan pariwisata budaya terus meningkat. NESPARNAS (Neraca Satelit Pariwisata Nasional) juga merekam pendapatan devisa yang tinggi dari segmen pariwisata budaya. Gambaran itu memberikan sinyal potensi aset budaya dapat dikembangkan sebagai pesona pariwisata berbasis konservasi dan ekonomi. Namun, beberapa wilayah di Indonesia belum mampu memanfaatkan potensi budaya yang ada secara produktif.

Lombok Timur, kabupaten dengan bentang alam dan bentang sosial yang luas di Provinsi Nusa Tenggara Barat mengalami kemandegan semacam itu. Berada di pulau dengan pembangunan kepariwisataan super prioritas, Lombok Timur belum mampu menyajikan aset budaya yang ada sebagai pesona pariwisata. Daya tarik wisata budaya yang dikenal luas, seperti; *Bau Nyale*, *Desa Adat Sade*, *Desa Adat Bayan*, merupakan aset budaya kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Utara.

Tujuan penelitian ini melakukan identifikasi dan analisis potensi aset budaya Kabupaten Lombok Timur menjadi pesona pariwisata. Selanjutnya, melakukan evaluasi tingkat daya tarik pasar dan daya tahan masing-masing aset budaya. Akhirnya tersedia alternatif rekomendasi kebijakan pengembangan yang objektif, berbasis bukti. Melalui pertimbangan praktis, penelitian ini membatasi diri pada aset budaya fisik. Lima aset budaya terpilih; *Bale Beleq Sembalun*, *Bale Balaq Tanjung Luar*, *Bale Beleq Jerowaru*, Rumah Adat Limbungan, dan Makam Selaparang. Metode analisis data menggunakan model audit Matrik Daya Tarik Pasar dan Daya Tahan Aset Budaya.

Penelitian ini menemukan lima aset budaya berada pada tiga klaster; **A1**, **A2**, dan **C2**. Rumah Adat Limbungan dan Makam Selaparang pada klaster **A1**, memiliki daya tarik pasar dan daya tahan aset budaya yang **Tinggi**. *Bale Beleq Sembalun* pada klaster **A2**, memiliki daya tarik pasar yang **Tinggi** dengan daya tahan aset yang **Sedang** dan *Bale Balaq Tanjung Luar* dan *Bale Beleq Jerowaru* berada pada klaster **C2**, memiliki daya tarik pasar dan daya tahan aset yang **Sedang**.

Kata kunci: Daya Tarik Pasar; Daya Tahan Aset; Pariwisata Budaya; Pesona Pariwisata.

## Level of Market Appeal and Robusticity Cultural Assets as a Tourism Attraction in East Lombok Regency

Qori' Bayyinaturosyi, Tri Kuntoro Priyambodo, Sudarmadji

### ABSTRACT

Culture is a significant tourism activity. In general, tourists travel due to cultural orientation. The annual UNWTO's survey reveals that tourism is growing over time. The NESPARNAS also reports high national revenues from cultural tourism. Those data indicate that cultural tourism's assets can be developed as tourism attraction based on conservation and economy. However, some places in Indonesia have not optimized those aspects.

East Lombok, a regency with a wide range of landscapes and social structures in West Nusa Tenggara, stagnates in terms of optimizing tourism based on conservation and economy. Despite the fact that the tourism sector is the major development of local and central governments, East Lombok has not demonstrated cultural assets as a tourism attraction. Currently, some popular cultural tourism attractions such as *Bau Nyale*, traditional village of Sade, and traditional village of Bayan, are the assets of Central Lombok and North Lombok.

The aim of this research is to identify and analyze the potency of the cultural assets of East Lombok as a tourism attraction. Next, it evaluates the level of market appeal and robusticity asset of each cultural asset. As a result, it provides an alternative recommendation that is objective and reliable. Since the topic is highly huge, this research only covers physical cultural assets. Five of them and they are selected in this research are *Bale Beleq Sembalun*, *Bale Balaq Tanjung Luar*, *Bale Beleq Jerowaru*, the Traditional House of Limbungan, and Selaparang Grave. This research uses an audit Matrix Appeal and Robusticity Asset.

The research reveals that five cultural assets are classified into three clusters: **A1**, **A2**, and **C2**. The Traditional House of Limbungan and Selaparang Grave are categorized to **A1**, which means having **High** market appeal and **High** robusticity asset. *Bale Beleq Sembalun* is at **A2** cluster, which means having **High** market appeal with **Normal** robusticity asset. Lastly, *Bale Balaq Tanjung Luar* and *Bale Beleq Jerowaru* are at **C2**, which means having **Normal** market appeal and **Normal** robusticity asset.

Keywords: Market Appeal; Robusticity Asset; Cultural Tourism; Tourism Attraction.