

**STRATEGI PENGEMBANGAN KAMPUNG WISATA TENUN
KHATULISTIWA DI KELURAHAN BATU LAYANG
KECAMATAN PONTIANAK UTARA**

Oleh :

Adhe Rizky Septryani ^{1*}

NIM: E1011151134

Dr. Sri Maryuni, M.Si ², Dra. Kartika Ningtias, M.Si ²

*Email : e1011151134@student.untan.ac.id

1. Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.
2. Dosen Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.

ABSTRAK

Pengembangan Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara. Permasalahan pada penelitian ini yaitu masih kurang dikenalnya kampung wisata tenun khatulistiwa dan sarana prasarana yang dimiliki belum lengkap. Teori yang digunakan menurut Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) tentang konsep-konsep strategi yaitu a. *Distinctive competence* dan b. *Comptetitive Advabtegae*. Hasil dari penelitian ini adalah belum terdapatnya sistem promosi yang aktif sehingga belum dikenal masyarakat luas dan kampung wisata tenun khatulistiwa belum memiliki sarana yang lengkap seperti yang diharapkan pengunjung. Selain itu akses pondopo dan toilet umum juga belum tersedia. Adapun rekomendasi yang peneliti sarankan yaitu mengadakan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dan membangun infrastruktur agar wisatawan dapat berkunjung dengan nyaman serta mengajak pemerintah untuk melakukan penyuluhan guna membangkitkan kesadaran generasi muda terhadap kerajinan kain. Kemudian melakukan promosi melalui media internet.

Kata kunci : Strategi, Kampung Wisata, Tenun, Promosi.

**STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF EQUATORIAL WEAVING
TOURISM VILLAGE IN BATU LAYANG VILLAGE,
NORTH PONTIANAK DISTRICT**

By :

Adhe Rizky Septryani ^{1*}

NIM: E1011151134

Dr. Sri Maryuni, M.Si ², Dra. Kartika Ningtias, M.Si ²

*Email : e1011151134@student.untan.ac.id

1. *Student of Public Administration Study Program of Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura.*
2. *Lecturer of Public Administration Study Program of Social and Political Science Faculty of Universitas Tanjungpura.*

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze the Development Strategy of the Equatorial Weaving Tourism Village in Batu Layang Village, North Pontianak District. The problem in this study is that the equatorial weaving tourism village is still not well known and the infrastructure that is owned is not complete. The theory used according to Chandler (in Rangkuti 2016:4) about strategic concepts, namely a. Distinctive competence and b. Competitive Advantage. The results of this study are that there is no active promotion system so that it is not yet known to the wider community and the equatorial weaving tourism village does not yet have complete facilities as expected by visitors. In addition, access to pondopo and public toilets is not yet available. The recommendations that researchers suggest are holding education and training to improve the quality of human resources to increase visitor attraction and build infrastructure so that tourists can visit comfortably and invite the government to conduct counseling to raise awareness of the younger generation towards cloth crafts. Then do promotions through internet media.

Keywords: Strategy, Tourism Village, Weaving, Promotion.



RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pengembangan Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa Di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara. Program Studi Ilmu Administrasi Publik”**. Judul ini dipilih karena Pengembangan Wisata Kampung Tenun Khatulistiwa belum optimal mengakibatkan obyek-obyek wisata menjadi tidak terawat dan terbengkalai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis mengenai Strategi Pengembangan Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi dokumentasi, wawancara dan observasi. Teori yang digunakan adalah teori menurut Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) tentang konsep-konsep strategi yaitu a. *Distinctive competence* dan b. *Competitive Advabtegae*.

Hasil penelitian menunjukkan Pemberian informasi Wisata Kampung Tenun Khatulistiwa kepada khalayak sudah dilakukan baik secara langsung (sosialisasi dan *launching*) maupun melalui media sosial (instagram dan maps) namun kurang optimal. Belum terdapatnya sistem promosi yang aktif, terekspose dengan baik, benar, dan menarik menyebabkan Wisata Kampung Tenun Khatulistiwa belum dikenal di masyarakat luas. SDM pengelola Wisata Kampung Tenun Khatulistiwa juga kurang mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap pengunjung. Tidak adanya keahlian untuk membuat desain perencanaan khusus untuk penataan Wisata Kampung Tenun Khatulistiwa sehingga fasilitas wisata kurang tertata dengan baik dan teratur. Belum terdapatnya pengelolaan

yang maksimal mengakibatkan obyek-obyek wisata alam menjadi tidak terawat dan terbengkalai.

Kampung wisata tenun khatulistiwa belum memiliki sarana yang lengkap seperti yang diharapkan pengunjung, untuk akses jalan pada pengunjung kelompok besar pengunjung harus mutar-mutar agar bisa sampai ketujuan dan selama perjalanan yang mereka lihat makam-makam cina. Selain itu akses Pondopo dan toilet umum juga belum tersedia. Pengunjung dapat melihat langsung proses penenunan dirumah produksi kampung wisata tenun khatulistiwa dan pengunjung juga bisa belajar untuk mencoba menenun. Untuk proses penjualan produk ini pengrajin menjual hasil yang produksi mereka secara sendiri-sendiri.

Adaun saran yang direkomendasikan Mengadakan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM, dan meningkatkan daya tarik dan loyalitas pengunjung dengan memberikan informasi dan promosi yang menarik dengan memanfaatkan media sosial secara aktif dan inovatif sebagai upaya mengenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas, serta menyediakan infrastruktur dan fasilitas pariwisata yang memadai, menata dan merawat sarana prasarana dan membangun infrastruktur bersama dengan pemerintah agar wisatawan dapat berkunjung ke Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa penghasil kain tenun dengan nyaman serta mengajak pemerintah untuk melakukan penyuluhan guna membangkitkan kesadaran generasi muda terhadap kerajinan kain. Kemudian membuat paket wisata agar dapat memenuhi ketertarikan dan

minat wisatawan terhadap kerajinan kain tenun melakukan promosi melalui media internet dan memberikan promo-promo tertentu.