



STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN TRADISONAL ARAK BALI MENGUNAKAN MODEL ANALISIS SWOT DAN QSPM STUDI KASUS DESA TRI EKA BUANA KARANGASEM BALI

Ida Bagus Gde Pranatayana¹, Komang Trisna Pratiwi Arcana²

^{1,2}Department of Tourism Management, Bali International Tourism and Business Institute

¹bagus.pranatayana@stpbi.ac.id

Abstract

Evaluating and offering strategies for the existence of traditional Balinese alcoholic drinks that have the potential as a tourist attraction in Tri Eka Buana Village, Sidemen, Karangasem is the main goal of this research. For this purpose, different data collection tools were used, namely through interviews and questionnaires given to the Bali Provincial Tourism Office, the Village Head, the Head of the Tourism Awareness Group, and the Head of the Arak Cooperative in the village. Evaluation of the influence of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) as well as quantitative strategic planning matrix (QSPM) analysis techniques are used to identify the appropriate management strategy. The results showed that Balinese wine has the potential to be developed in the form of arak agro-tourism. Its development must involve the participation of local communities as stakeholders and shareholders. Arak agrotourism can be an alternative for arak farmers who are not willing to cooperate with alcoholic beverage management bodies to be marketed to the tourism industries. These tourism options play a role in improving the community's economy and have a sustainable impact on biodiversity.

Keywords: Arak, Agrotourism, SWOT, QSPM, Tri Eka Buana

Abstrak

Melakukan evaluasi dan menawarkan strategi terhadap keberadaan minuman tradisional beralkohol arak Bali yang berpotensi sebagai daya tarik wisata di Desa Tri Eka Buana, Sidemen, Karangasem merupakan tujuan utama penelitian ini. Untuk tujuan tersebut, digunakan alat pengambilan data yang berbeda yaitu melalui wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Kepala Desa, Ketua Kelompok Sadar Pariwisata, dan Ketua Koperasi arak di Desa tersebut. Evaluasi pengaruh kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) serta teknik analisis quantitative strategic planning matrix (QSPM) digunakan untuk melakukan identifikasi strategi manajemen yang sesuai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa arak Bali berpotensi dikembangkan dalam bentuk agrowisata arak. Pengembangannya harus melibatkan peran serta masyarakat lokal sebagai *stakeholder* dan *shareholder*. Agrowisata arak dapat menjadi alternatif bagi petani arak yang belum bersedia melakukan kerjasama dengan badan pengelola minuman beralkohol untuk dipasarkan ke industri-industri wisata. Pilihan wisata tersebut berperan meningkatkan perekonomian masyarakat serta berdampak berkelanjutan bagi keanekaragaman hayati.

Kata Kunci : Arak, agrowisata, SWOT, QSPM, Tri Eka Buana

Pendahuluan

Pulau Bali dikenal sebagai surga pariwisata dan museum hidup bagi wisatawan. Beragam produk dan destinasi wisata yang ada di Bali telah diakui oleh dunia pariwisata internasional. Kuliner khas Bali berupa makanan lokal seperti ayam betutu, bebek goreng, babi guling, lawar, dan sate lilit menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali (Nariani, 2019). Berbanding terbalik dengan makanan lokal, minuman-minuman lokal dan tradisional khas Bali belum begitu banyak dikenal oleh wisatawan khususnya minuman beralkohol. Fenomena tersebut disebabkan karena minuman lokal tradisional beralkohol masih sebatas digunakan sebagai sarana upacara agama umat Hindu dan belum dapat konsumsi secara bebas (Ginaya *et al.*, 2019; Ginaya, 2018). Jenis minuman alkohol tradisional Bali yaitu *tuak*, *arak*, dan *brem* yang selain sebagai tetabuhan pada saat upacara adat dan agama juga sebagai sarana dalam seni pengobatan Bali (*Usadha Bali*).

Minuman tradisional beralkohol khas Bali yang sampai saat ini populer di masyarakat adalah arak Bali. Selain dikonsumsi oleh masyarakat lokal, banyak wisatawan yang mulai mengkonsumsi arak karena memiliki aroma dan rasa yang gurih (wawancara petani arak; Made Arta, 2020). Sehingga arak Bali dapat menjadi salah satu minuman tradisional beralkohol yang potensial sebagai daya tarik wisata kepada wisatawan. Arak tersebut telah dikonsumsi wisatawan namun sebagian besar dalam jenis varian rasa yang berbeda. Minuman tersebut digunakan sebagai minuman pencampur dalam pembuatan *Cocktails* yaitu *Mojito* yang tersebar di beberapa Bar di daerah Kuta (Widuri, 2018). Arak sebagai bahan baku pencampuran varian minuman tersebut diperoleh dari Masyarakat lokal yang memproduksi arak secara tradisional dengan proses fermentasi nira kemudian distilasi untuk memperoleh alkohol (Sukadana, 2017). Bahan baku arak diperoleh dari nira *Asian Palmyra Palm*, *Arenga Pinnata*, air kelapa, biji beras putih, beras merah yang masing-masing memiliki kandungan alkohol yang bervariasi.

Wilayah yang konsisten memproduksi arak tradisional di Bali yaitu Desa Tri Eka Buana, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem. Masyarakat yang memproduksi arak di Desa tersebut dikenal sebagai petani arak. Desa tersebut merupakan salah satu pusat produksi arak di Karangasem dan menjadi proyek percontohan pengembangan arak Bali. Melalui wawancara langsung dengan pihak kepala Perbekel Desa tersebut yaitu I Wayan Derka, melaporkan bahwa Desa Tri eka Buana memiliki unit usaha pengrajin arak sebanyak 470 unit usaha. Jumlah tersebut masih lebih tinggi dibandingkan di Desa Telaga Tawang, Kecamatan Sidemen, sebanyak 200 unit usaha perajin arak, dan Desa Talibeng, Kecamatan Sidemen. Pengembangan produksi arak Bali masih sulit untuk dilakukan. Hal tersebut dikarenakan produksi minuman beralkohol termasuk dalam list negatif investasi. Peraturan yang berkaitan dengan investasi pada industri minuman beralkohol, yaitu Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 12 ayat (3) 5 dengan aturan pelaksanaannya adalah Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2014 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal. Berdasarkan aturan tersebut, maka industri minuman beralkohol merupakan salah satu bidang industri yang tertutup untuk penanaman modal (Kadafi; Laporan BNN, 2019). Sehingga tidak ada peluang untuk dibuka industri baru lagi (Lestari, 2016).

Solusi alternatif terhadap faktor pembatas terkait investasi negatif pada arak Bali adalah dengan membuat regulasi untuk izin produksi minuman beralkohol. Pemerintah melalui Gubernur Bali bersama dengan DPRD telah menerbitkan Peraturan Gubernur Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi dan atau Destilasi Khas Bali. Kebijakan tersebut bertujuan untuk mempromosikan salah satu minuman tradisional beralkohol yaitu arak sebagai ciri khas Bali sehingga mampu menjadi bagian pariwisata. Upaya sementara yang dapat dilakukan oleh *stakeholder* dengan adanya regulasi tersebut adalah membentuk koperasi

arak yang menjalin kerja sama dengan perusahaan daerah untuk distribusi produk arak ke industri pariwisata seperti hotel dan restoran melalui proses tata niaga distribusi yang legal. Mekanisme tersebutlah yang sedang dilakukan oleh pelaku usaha arak di Desa Tri Eka Buana. Namun usaha tersebut tengah menjadi kajian oleh masyarakat lokal termasuk petani arak, yang tidak ingin arak sebagai produk lokal Desa dimanfaatkan dan di eksploitasi secara tidak bertanggung jawab oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Sehingga masyarakat akan tetap memproduksi arak secara tradisional dan individu tanpa menghiraukan adanya pasar modal alternatif tersebut.

Strategi alternatif yang dapat dilakukan untuk pengembangan arak Bali adalah dengan memberikan nilai tambah melalui inovasi arak Bali dalam bisnis pariwisata. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada pengembangan produk arak tetapi memperhatikan kualitas layanan, permodalan, serta penjualan dan pemasaran. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti di Desa Tri Eka Buana, Kecamatan Sidemen, Karangasem dengan beberapa petani arak salah satunya Bapak Made Arta yang juga ketua koperasi arak di Desa tersebut menyatakan bahwa : antusias petani dan pengrajin arak di Desa tersebut lebih kepada pengembangan arak sebagai bagian dari kegiatan pariwisata seperti pembuatan museum arak, edukasi tentang arak, dan membuat souvenir arak kepada wisatawan. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata yang sejalan dengan pengembangan budaya dan masyarakatnya dengan meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya. Rencana alternatif tersebut diperlukan karena mayoritas masyarakat masih ragu bila berperan ganda yaitu sebagai *shareholder* dan *stakeholder* dalam industri minuman beralkohol.

Melihat kondisi tersebut maka petani dan produsen arak melalui ketua koperasi arak di Desa Tri Eka Buana perlu merancang strategi bisnis yang tepat untuk mengembangkan arak sebagai produk wisata bukan hanya sebagai produk industri yaitu *supply* dan *demand* sehingga arak sebagai warisan luhur dalam nilai budaya, ritual, adat dan simbol kebersamaan tetap berkelanjutan. Upaya yang dapat dilakukan yaitu mampu memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimiliki serta menghadapi peluang dan menghindari ancaman yang ada. Untuk merumuskan strategi yang efektif maka dibutuhkan serangkaian proses analisis internal dan eksternal untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang berkaitan erat dengan pengembangan arak sebagai produk wisata. Kajian ini difokuskan pada kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) pada arak dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Melalui metode tersebut diharapkan arak mampu menjadi bagian penting dari pariwisata secara berkelanjutan, yang didefinisikan sebagai pariwisata yang ramah secara ekologis, layak secara ekonomi dan dapat diterima secara sosial dengan nilai-nilai sosial ekonomi lokal masyarakat (Brown, Turner, Hameed, & Bateman, 1997). Oleh karena itu, implementasi arak sebagai produk wisata diteliti menggunakan kuesioner tertutup dan wawancara dengan para *stakeholder* yaitu akademisi, pemerintah, organisasi minuman lokal dan petani arak. Pada bagian berikutnya akan dibahas terkait metodologi makalah. Metode analisis akan difokuskan pada kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) dalam studi arak sebagai produk wisata. Setelah itu penjelasan hasil analisis dan dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian. Terakhir, akan ditarik kesimpulan berkenaan dengan temuan utama dari penelitian ini.

Metode

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tri Eka Buana, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem, Bali. Desa tersebut memiliki luas wilayah 3,37 km² dari total luas wilayah

Kecamatan Sidemen sebesar 35,15 km². Lokasi penelitian tersebut dipilih secara sengaja (*porposive*) dengan pertimbangan Desa tersebut merupakan salah satu desa penghasil dan sebagai proyek percontohan pengembangan minuman tradisional arak di Bali.



Gambar 1. Peta Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem Bali

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang tidak menggunakan istilah populasi dikarenakan metode penelitian ini mengarah dari kasus tertentu yang ada dalam lingkungan sosial dan dalam hasil kajiannya tidak akan mempergunakan populasi, melainkan akan diarahkan pada kondisi sosial tertentu yang dianggap memiliki kesamaan dengan situasi sosial yang menjadi fokus pembahasan (Prayuda, 2018). Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan informan sebagai subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin orang-orang tertentu yang memegang kuasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Informan atau subjek dalam penelitian ini yaitu Kepala Desa Tri Eka Buana, Ketua Pokdarwis, Ketua Koperasi arak yang termasuk Petani arak dan Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

3. Pengambilan Data

Proses pengumpulan data dilakukan berdasarkan atas sumber data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui proses observasi lapangan dan wawancara tertutup dengan empat subjek pemangku kepentingan yang berbeda yaitu Desa beserta lembaga terkait, masyarakat lokal dan Pemerintah Daerah. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner tidak terstruktur untuk kemudian dilakukan analisis SWOT dan QSPM untuk mengidentifikasi strategi. Data sekunder dikumpulkan selama tahap pelaksanaan penelitian.

Pada Agustus, 2020 pengumpulan data tahap pertama adalah proses wawancara dengan Kepala Desa, Ketua Kelompok Sadar Pariwisata dan Ketua Koperasi sekaligus sebagai petani arak Desa Tri Eka Buana. Selanjutnya, September 2020 dilakukan kegiatan wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata Provinsi Bali. Pemilihan informan tersebut dalam proses wawancara karena mereka sudah familiar dengan arak. Informan tersebut diwawancarai selama satu hari secara mendalam. Setelah kuesioner terkumpul, selanjutnya data dianalisis menggunakan *software Excel* untuk di *sorted* dan *arranged* kemudian terakhir dilakukan visualisasi data melalui hasil dari proses analisis SWOT dan QSPM untuk menentukan beberapa kebijakan dan rekomendasi terkait pengembangan arak sebagai produk wisata.

4. Analisis SWOT

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) atau matriks SWOT adalah metode perencanaan terstruktur yang efisien digunakan dalam kasus perencanaan strategi untuk pencapaian pembangunan (Buta, 2007). Meskipun analisis SWOT merupakan metode penelitian yang umumnya digunakan dalam bidang usaha, namun kini telah diperluas ke pengelolaan sumber daya alam untuk menilai keputusan dan arahan kebijakan secara sistematis dan juga dalam penilaian pariwisata berkelanjutan (NOAA, 2011). Kekuatan dan kelemahan (analisis lokal) merupakan faktor internal sedangkan peluang dan ancaman (analisis global) merupakan faktor eksternal (Harfst, Wirth, Lintz, & Bieberstein, 2010). Evaluasi faktor lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian penting dari perencanaan strategis dalam mengadopsi strategi dan menjadi salah satu komponen pengelolaan arak sebagai produk wisata yang berkelanjutan. Analisis SWOT dapat dilakukan untuk produk, tempat, industri atau orang. Analisis ini berorientasi pada tujuan usaha atau proyek bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan tidak menguntungkan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (NOAA, 2011).

Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal utama yang dipandang sebagai aspek penting dalam mencapai suatu tujuan. Analisis SWOT mengelompokkan informasi kunci menjadi dua kategori utama: faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman yang disajikan oleh lingkungan di luar organisasi (Harfst et al., 2010). Memindai faktor lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian penting dari perencanaan strategis yang pada gilirannya dianggap sebagai komponen utama dari proses pembangunan. Analisis lingkungan strategis seperti itu sangat penting dalam perumusan strategi (Reihanian, Noor Zalina Binti, Kahrom, & Hin, 2012) karena dapat membantu peneliti mendapatkan wawasan ke masa lalu dan memikirkan solusi untuk yang akan datang (Ommani, 2011). Faktor internal arak diklasifikasikan sebagai kekuatan (S) atau kelemahan (W) dan faktor eksternal diklasifikasikan sebagai peluang (O) atau ancaman (T). Bagian berikut menjelaskan proses penilaian untuk S dan W:

- a. Faktor-faktor tersebut diberi koefisien antara 0 dan 1, masing-masing mewakili "tidak penting" dan "paling penting". Koefisien ini mewakili signifikansi relatif dari faktor dalam tingkat keberhasilan dan diwakili oleh istilah "bobot dalam IFEM". Terlepas dari kenyataan bahwa masing-masing faktor dianggap sebagai kekuatan atau kelemahan internal, semakin efektif faktor mempengaruhi dalam usaha pengembangan arak, semakin tinggi bobot yang dialokasikan.
- b. Setiap faktor diberi skor antara 1 dan 4 dimana 1 untuk kelemahan fundamental, 2 untuk kelemahan minor, 3 untuk kekuatan dan 4 untuk kekuatan besar. Skor ini didasarkan pada aktivitas dan kondisi yang terjadi dalam upaya pengembangan arak.
- c. Untuk menentukan skor akhir setiap faktor, bobotnya dikalikan dengan skornya.

- d. Setelah skor total masing-masing faktor dihitung, skor total tersebut dijumlahkan untuk menghitung total skor akhir IFEM.
- e. Jika nilai ini kurang dari 2,5 berarti kekuatan berpengaruh lebih kecil dari kelemahan dan jika lebih dari 2,5 maka kekuatan berpengaruh lebih besar dari kelemahan (Bohari, Wei Hin, & Fuad, 2013).

Langkah-langkah ini diulangi untuk EFEM juga. Jika nilai ini kurang dari 2,5 berarti peluang berpengaruh lebih kecil dari ancaman; jika lebih dari 2,5 maka peluang berpengaruh lebih besar daripada ancaman (Monavari, Karbasi, & Mogoee, 2007).

5. Analisis QSPM

Setelah memasukan data kedalam Metrik *Internal Factors Analysis* tahap pengambilan keputusan merupakan tahap untuk menentukan daftar alternatif strategi prioritas untuk diimplementasikan dalam usaha produksi Arak. Metrik perencanaan strategi kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*) merupakan teknik yang secara objektif dapat menetapkan alternatif strategi yang diprioritaskan. Terdapat enam langkah yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM (Rangkuti, 2016), yaitu:

- a. Membuat daftar peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal kunci perusahaan pada kolom kiri dalam QSPM. Informasi ini harus di ambil secara langsung dari metrik IFE dan EFE. Minimal lima faktor keberhasilan kunci eksternal dan lima faktor keberhasilan kunci internal harus dimasukkan.
- b. Berikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal. Bobot ini identik dengan yang ada pada metrik IFE dan EFE. Bobot disajikan dalam kolom di samping kanan faktor keberhasilan kunci eksternal dan internal.
- c. Evaluasi metrik tahap 2 (pencocokan), dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan untuk diimplementasikan. Catat strategi- strategi ini pada baris atas dari QSPM. Kelompokkan strategi ke dalam set yang independen jika memungkinkan.
- d. Tentukan nilai daya tarik (*Attractiveness Score-AS*) di definisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam penentuan alternatif tertentu. Nilai daya tarik (AS) ditentukan dengan mengevaluasi masing-masing faktor internal atau eksternal kunci. Jangkauan untuk nilai daya tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik.
- e. Hitung total nilai daya tarik. Total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Score- TAS*) didefinisikan sebagai produk dari pengendalian bobot (langkah 2) dengan nilai daya tarik (langkah 4) dalam masing-masing baris. Total nilai daya tarik mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing baris total nilai daya tarik mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing relatif strategi, dengan hanya mempertimbangkan pengaruh faktor keberhasilan kunci internal atau eksternal yang terdekat. Semakin tinggi total nilai daya tarik maka alternatif strategi tersebut semakin diprioritaskan (dengan hanya mempertimbangkan faktor keberhasilan kunci terdekat).
- f. Hitung penjumlahan total nilai daya tarik. Tambahkan total nilai daya tarik dalam masing-masing kolom strategi dari QSPM. Penjumlahan total nilai daya tarik (TAS) mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dari setiap set alternatif. Nilai yang lebih tinggi mengindikasikan strategi yang lebih menarik, mempertimbangkan semua faktor internal dan eksternal yang relevan yang dapat memengaruhi keputusan strategis. Tingkat perbedaan antara penjumlahan total nilai daya tarik dari set alternatif strategi tertentu mengindikasikan tingkat kesukaan relatif dari satu strategi di atas yang lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Setelah pengumpulan data primer dan sekunder, dilakukan analisis SWOT dan QSPM untuk menilai kelayakan arak sebagai produk wisata berkelanjutan di Desa Tri Eka Buana, Sidemen, Karangasem melalui analisis hasil dan penentuan prioritas. Hasil analisis ini disiapkan di bagian berikut ini.

1. *External factor estimation matrix (EFEM)*

Terdapat 5 faktor dalam peluang dan ancaman (Tabel 1) yang memiliki bobot antara 0,10 dan 0,11 dengan skor efektivitas antara 3 dan 4 untuk peluang sedangkan untuk ancaman memiliki bobot antara 0,09 dan 0,11 serta efektivitas skor antara 3 dan 4. Berdasarkan hasil tersebut, faktor terpenting yang memperoleh bobot tertinggi dalam peluang adalah "Proses produksi minuman tradisional arak memberikan daya tarik berupa *quality seeking*" dan "Arak sebagai souvenir bagi wisatawan". Faktor penting berikutnya adalah yang terkait dengan pariwisata adalah "Minuman tradisional arak Bali banyak diminati oleh wisatawan lokal dan mancanegara", "usaha minuman tradisional arak tidak membutuhkan modal produksi yang besar" dan "peraturan Gubernur Bali yang mengatur tentang tata kelola minuman fermentasi dan/atau destilasi khas Bali". Dalam kasus ancaman bobot tertinggi dimiliki oleh faktor-faktor berikut : "muncul kompetitor lain dengan usaha sejenis yang datang dari berbagai daerah", "usaha produksi minuman tradisional arak sulit diregenerasikan ke penerus berikutnya dalam keluarga" dan "beredarnya Arak oplosan di pasaran yang merusak citra minuman tradisional Arak Bali". Sedangkan, "industri minuman beralkohol merupakan salah satu bidang industri yang tertutup untuk penanaman modal finansial" dan "ketatnya regulasi pemerintah yang mengatur produksi, distribusi dan besaran tarif cukai dari harga pasar" memiliki bobot paling rendah. Dari, analisis total nilai *external factor estimation matrix* diperoleh nilai sebesar 3,66 lebih besar dari 2,5 yang berarti peluang lebih besar dari ancaman (Tabel 1).

Tabel 1. *External factor estimation matrix (EFEM)*

	Weight	Effectiveness score	Final score
<i>Opportunities</i>			
1. Peraturan Gubernur Bali yang mengatur tentang tata kelola minuman fermentasi dan/atau destilasi khas Bali	0,10	3	0,32
2. Minuman tradisional arak Bali banyak diminati oleh wisatawan lokal dan mancanegara	0,10	4	0,39
3. Proses produksi minuman tradisional arak memberikan daya tarik berupa <i>quality seeking</i>	0,11	4	0,43
4. Usaha minuman tradisional arak tidak membutuhkan modal produksi yang besar	0,10	4	0,34
5. Arak sebagai souvenir bagi wisatawan	0,11	4	0,43
<i>Threats</i>			
1. Industri minuman beralkohol merupakan salah satu bidang industri yang tertutup untuk penanaman modal finansial	0,09	3	0,26
2. Ketatnya regulasi pemerintah yang mengatur produksi, distribusi dan besaran tarif cukai dari harga pasar	0,09	3	0,26

3. Muncul kompetitor lain dengan usaha sejenis yang datang dari berbagai daerah	0,11	4	0,43
4. Beredarnya Arak oplosan di pasaran yang merusak citra minuman tradisional Arak Bali	0,11	4	0,34
5. Usaha produksi minuman tradisional arak sulit diregenerasikan ke penerus berikutnya dalam keluarga	0,10	4	0,36
Total	1		3,66

2. Internal factor estimation matrix (IFEM)

Terkait kekuatan dan kelemahan terdapat masing-masing 5 faktor yang telah di survei dan dipilih (Tabel 2). Nilai bobot untuk faktor-faktor tersebut antara 0,09 dan 0,11 dengan skor efektivitas antara 3 dan 4 untuk kekuatan. Nilai bobot juga dihitung untuk faktor lain yaitu kelemahan yang memiliki bobot antara 0,09 dan 0,11 serta dengan skor efektivitas 3 dan 4. Pada kekuatan "bahan baku produksi minuman tradisional arak yang tergolong melimpah" dan "produk minuman tradisional arak memiliki cita rasa yang khas dan unik" memiliki total skor tertinggi, sedangkan "harga produk minuman tradisional arak bersaing dengan tetap mementingkan kualitas produk", "pengrajin minuman tradisional arak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai" dan "teknologi produksi minuman tradisional arak yang tergolong sederhana dan mudah digunakan" memiliki total skor lebih rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan kelemahan yang mana "inovasi minuman tradisional Arak menjadi jenis produk baru masih rendah" dan "belum adanya pelatihan sistem manajemen usaha dan pemasaran (marketing)" memiliki total skor tertinggi. Sedangkan "belum adanya kelembagaan dengan kepemimpinan dan visi untuk mewujudkan kesejahteraan pengrajin minuman tradisional arak", "keterbatasan tenaga kerja dalam usaha produksi minuman tradisional arak" dan "pelaku usaha belum melegalisasi produk minuman tradisional arak ke Lembaga Pemerintah" memiliki total skor terendah. Berdasarkan analisis total nilai *internal factor estimation matrix* diperoleh nilai sebesar 3,53 yang mana lebih tinggi nilainya dari 2,5, dengan begitu kekuatan lebih berpengaruh dibandingkan dengan kelemahan (Tabel 2).

Tabel 2. *Internal factor estimation matrix* (IFEM)

	Weight	Effectiveness score	Final score
<i>Strengths</i>			
1. Produk minuman tradisional arak memiliki cita rasa yang khas dan unik	0,11	4	0,42
2. Harga produk minuman tradisional arak bersaing dengan tetap mementingkan kualitas produk	0,10	4	0,35
3. Bahan baku produksi minuman tradisional arak yang tergolong melimpah	0,11	4	0,44
4. Teknologi produksi minuman tradisional arak yang tergolong sederhana dan mudah digunakan	0,09	3	0,31
5. Pengrajin minuman tradisional arak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai	0,09	4	0,33
<i>Weaknesses</i>			
1. Belum adanya pelatihan sistem manajemen usaha dan pemasaran (marketing)	0,11	4	0,39
2. Keterbatasan tenaga kerja dalam usaha produksi minuman tradisional arak	0,09	3	0,29

3. Pelaku usaha belum melegalisasi produk minuman tradisional arak ke Lembaga Pemerintah	0,09	3	0,28
4. Inovasi minuman tradisional arak menjadi jenis produk baru masih rendah	0,11	4	0,40
5. Belum adanya kelembagaan dengan kepemimpinan dan visi untuk mewujudkan kesejahteraan pengrajin minuman tradisional arak	0,09	3	0,31
Total	1		3,53

3. Developing Strategies

a. SWOT strategies

Setelah penentuan dan evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang penting serta identifikasi hubungan yang terdapat diantara komponen internal dan eksternal, kemudian dikembangkan empat jenis strategi melalui analisis SWOT yang secara efektif digunakan dalam upaya pengembangan minuman tradisional arak Bali. Misalnya adalah hubungan yang kuat antara kekuatan dan peluang (SO) dapat mewakili kondisi arak yang baik dan memungkinkan penggunaan strategi yang agresif. Di sisi lain, interaksi yang kuat antara kelemahan dan ancaman (WT) dapat dianggap sebagai peringatan potensial dan saran untuk menggunakan strategi defensif. Selain itu dari pada itu, hubungan yang kuat antara kekuatan dan ancaman (ST) dapat memungkinkan penggunaan strategi yang sifatnya beragam. Strategi terakhir adalah interaksi yang kuat antara kelemahan dan peluang (WO) dapat dianalisis sebagai potensi untuk menggunakan strategi review (Rangkuti, 2016). Hasil dari tahapan ini ditunjukkan pada (Tabel 3).

Berdasarkan atas metrik SWOT yang ditunjukkan pada Tabel 3 melalui pencocokan pasangan SO, WO, ST, dan WT, terdapat empat belas strategi utama dalam upaya pengembangan arak Bali sebagai produk wisata. Strategi SO mengusulkan peluang yang sesuai dengan kekuatan minuman tradisional arak Bali. Strategi SO terbaik yaitu "pengembangan agrowisata produksi arak Bali secara tradisional untuk menarik wisatawan". Strategi ST mengidentifikasi cara-cara yang dapat digunakan untuk mengurangi kerentanan terhadap ancaman eksternal. Untuk strategi ST terbaik yaitu "membuat program pelatihan usaha produksi dan pemasaran produk arak Bali". Strategi WO mengidentifikasi cara-cara untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. "Peningkatan kreativitas untuk inovasi produk arak Bali yang memiliki varian rasa yang beragam" adalah strategi WO terbaik. Strategi WT menetapkan rencana defensif untuk mencegah kelemahan arak Bali yang membuatnya sangat rentan terhadap ancaman eksternal. Strategi. Opsi untuk "merancang produksi arak Bali secara tradisional, konvensional dan modern" adalah strategi WT terbaik. Detail hasil diilustrasikan dalam tabel.

b. QSPM strategies

Untuk memberikan panduan lebih lanjut dalam upaya pengembangan minuman tradisional arak Bali serta untuk mengklasifikasikan strategi yang sesuai, analisis QSPM dapat dilakukan. Komputasi terperinci untuk setiap strategi diberikan dalam rentang nilai 1 hingga 4. Hasil yang ditunjukkan dalam analisis tersebut ditentukan atas peringkat berikut berdasarkan dengan hasil akhir analisis QSPM yang diperlihatkan dalam Tabel 4.

Tabel 3. Arak *Development Strategies Based on SWOT Analysis*

SO Strategi
1) Pengembangan agrowisata produksi arak Bali secara tradisional untuk menarik wisatawan
2) Perencanaan pembangunan museum arak Bali

3) Pengembangan fasilitas produksi arak Bali seperti alat destilasi yang hygiene dan modern
4) Menjalin kerja sama dengan sektor <i>perhotelan dan restoran</i> untuk <i>supply product</i> arak Bali
ST Strategi
1) Membuat program pelatihan usaha produksi dan pemasaran produk arak Bali
2) Menjalin relasi kerja sama dengan perusahaan minuman beralkohol untuk proses distribusi arak Bali
3) Mengurangi pandangan negatif tentang arak Bali
WO Strategi
1) Peningkatan kreativitas untuk inovasi produk arak Bali yang memiliki varian rasa yang beragam
2) Merealisasikan rancangan kelembagaan dan organisasi yang otonom yaitu koperasi arak
3) Mengikuti event produk lokal di tingkat daerah, nasional dan internasional
WT Strategi
1) Merancang produksi arak Bali secara tradisional, konvensional dan modern
2) Memberikan pemahaman yang lebih persuasif kepada petani dan pengrajin arak Bali dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata
3) Memperketat regulasi dan pengawasan masuknya produk minuman beralkohol ke Bali
4) Menyediakan program beasiswa pendidikan yang layak dan berkualitas bagi SDM lokal

Tabel 4. *The Final Result of QSPM Analysis for SWOT Strategies Suggested*

	Strategi	Total Attractiveness Score
SO1	Pengembangan agrowisata produksi arak Bali secara tradisional untuk menarik wisatawan	6,10
WT2	Memberikan pemahaman yang lebih persuasif kepada petani dan pengrajin arak Bali dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata	5,15
SO2	Perencanaan pembangunan museum arak Bali	4,81
ST1	Membuat program pelatihan usaha produksi dan pemasaran produk arak Bali	4,55
WO1	Peningkatan kreativitas untuk inovasi produk arak Bali yang memiliki varian rasa yang beragam	4,53
WO3	Mengikuti event produk lokal di tingkat daerah, nasional dan internasional	4,18
SO4	Menjalin kerja sama dengan sektor <i>perhotelan dan restoran</i> untuk <i>supply product</i> arak Bali	4,04
ST3	Mengurangi pandangan negatif tentang arak Bali	3,97
WT1	Merancang produksi arak Bali secara tradisional, konvensional dan modern	3,94
WO2	Merealisasikan rancangan kelembagaan dan organisasi yang otonom yaitu koperasi arak	3,76
ST2	Menjalin relasi kerja sama dengan perusahaan minuman beralkohol untuk proses distribusi arak Bali	3,40

WT4	Menyediakan program beasiswa pendidikan yang layak dan berkualitas bagi SDM lokal	3,09
SO3	Pengembangan fasilitas produksi arak Bali seperti alat destilasi yang hygiene dan modern	2,78
WT3	Memperketat regulasi dan pengawasan masuknya produk minuman beralkohol ke Bali	2,74

Berikut ini hasil analisis QSPM diperoleh total attractiveness score secara berturut-turut yaitu 6,10; 5,15; 4,81; 4,55; 4,53; 4,18; 4,04; 3,97; 3,94; 3,76; 3,40; 3,09; 2,78; 2,74 untuk strategi SO1, WT2, SO2, ST1, WO1, WO3, SO4, ST3, WT1, WO2, ST2, WT4, SO3, WT3. Berdasarkan analisis tersebut strategi SO1 dan WT2 memiliki total attractiveness score tertinggi dibandingkan dengan yang lain, sehingga strategi tersebut menjadi strategi pilihan terbaik dalam upaya pengembangan minuman tradisional arak Bali.

Menurut hasil QSPM, untuk pengembangan minuman tradisional arak Bali sebagai produk wisata ditetapkan SO1 sebagai strategi terbaik (pengembangan agrowisata produksi arak Bali secara tradisional untuk menarik wisatawan (Tabel 4). Setelah itu, strategi penting lainnya adalah WT2 (memberikan pemahaman yang lebih persuasif kepada petani dan pengrajin arak Bali dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata). Strategi lain yang menjadi perhitungan yaitu SO2, ST1, WO1, WO3, SO4 yaitu (perencanaan pembangunan museum arak Bali; membuat program pelatihan usaha produksi dan pemasaran produk arak Bali; peningkatan kreativitas untuk inovasi produk arak Bali yang memiliki varian rasa yang beragam; mengikuti event produk lokal di tingkat daerah, nasional dan internasional; menjalin kerja sama dengan sektor *perhotelan dan restoran* untuk *supply product* arak Bali). Selain itu, terdapat pulan strategi pendukung lainnya dalam upaya pengembangan arak Bali sebagai produk wisata yaitu ST3, WT1, WO2, ST2, WT4 yaitu (mengurangi pandangan negatif tentang arak Bali; merancang produksi arak Bali secara tradisional, konvensional dan modern; merealisasikan rancangan kelembagaan dan organisasi yang otonom yaitu koperasi arak; menjalin relasi kerja sama dengan perusahaan minuman beralkohol untuk proses distribusi arak Bali; menyediakan program beasiswa pendidikan yang layak dan berkualitas bagi SDM lokal). Strategi yang kurang begitu penting dalam upaya pengembangan tersebut adalah SO3, WT3 yaitu (pengembangan fasilitas produksi arak Bali seperti alat destilasi yang hygiene dan modern; memperketat regulasi dan pengawasan masuknya produk minuman beralkohol ke Bali). Detail hasil diilustrasikan dalam tabel di atas.

Dari berbagai jenis produk wisata yang ada, arak sebagai minuman tradisional khas Bali menjadi salah satu produk yang paling tepat dan berpotensi untuk dikelola di Kabupaten Karangasem. Hal tersebut karena arak merupakan warisan nenek moyang yang memiliki nilai-nilai religius, seni dan budaya bagi wisatawan (Priantara, 2019). Arak dan kawasan Karangasem memang saat ini belum menjadi daya tarik utama untuk menarik wisatawan berkunjung ke Bali, namun upaya dan usaha pengembangan arak menjadi bagian aktivitas pariwisata di daerah tersebut dapat menjadi faktor pendukung ekosistem wisata di daerah tersebut. Meskipun saat ini arak hanya dikenal oleh masyarakat lokal dan sebagian kecil wisatawan lokal, bukan berarti menutup kemungkinan dikenal pula oleh wisatawan internasional. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Astuti, *et., al* (2020) menyatakan bahwa arak sebagai minuman tradisional khas Bali tidak kalah dengan minuman luar seperti wine yang terbukti, walaupun minuman tersebut diproduksi oleh industri rumahan tidak sedikit wisatawan asing yang berkunjung karena wisatawan tersebut merasakan langsung arak memiliki cita rasa tersendiri. Oleh karena itu penting dilakukannya identifikasi batas-batas yang menghambat usaha pengembangan arak tersebut selain potensi-potensi yang dimiliki untuk menjadi daya tarik wisata di Kabupaten Karangasem Bali.

Minuman arak di Desa Tri Eka Buana yang di produksi secara tradisional belum begitu banyak dikenal oleh wisatawan. Salah satu usaha yang dilakukan oleh petani dan pengrajin arak di Desa tersebut adalah berencana memasarkan hasil produksinya ke industri perhotelan dan restoran. Peluang tersebut dimanfaatkan karena adanya dukungan dari pihak pemerintah daerah yaitu terkait legalitas "Tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi dan atau Destilasi Khas Bali" (Legasasi Arak;merdeka.com, 2019 dalam Priantara, 2019). Melalui wawancara dengan petani, pengrajin dan ketua koperasi arak serta ketua pokdarwis di Desa tersebut menyampaikan bahwa "sebagian masyarakat belum merasa diuntungkan dengan adanya regulasi tersebut karena tanggung jawab petani dan pengrajin arak hanya sebatas memproduksi, tidak memiliki kewenangan untuk proses pengolahan dan distribusi apalagi label hak cipta bahwa arak yang dipasarkan merupakan produk asli Desa Tri Eka Buana". Keterangan tersebut disebabkan, masyarakat, petani dan pengrajin arak tidak dapat mendirikan pabrik industri untuk produksi arak karena merupakan bentuk investasi negatif yang dilarang oleh Pemerintah Indonesia. Maka dari itu, petani dan pengrajin arak merasa hak dan kewajiban dalam produksi arak menjadi terbatas. Mekanisme produksi seperti itu, kurang dimintai oleh masyarakat yang bergantung pada usaha arak apalagi industri arak rumahan karena merupakan bentuk eksploitasi sumber daya. Namun bukan berarti korporasi seperti itu tidak dapat berjalan, hanya saja diperlukan langkah yang lebih persuasif kepada masyarakat dan *stakeholder* untuk mewujudkannya mengingat secara positif tentunya berdampak bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Drake (1991:132) yang menegaskan bahwa partisipasi masyarakat lokal merupakan salah satu komponen berkelanjutan pada umumnya dan wisata pada khususnya. Dowling dan Fennell (2003:13) selanjutnya menjelaskan bahwa manfaat penting dari kebijakan dan perencanaan industri dan wisata adalah memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan lingkungan di sekitarnya. Hal tersebut meliputi pekerjaan baru, tambahan pendapatan, pasar bagi produk lokal, perbaikan infrastruktur, fasilitas dan layanan masyarakat, teknologi dan keahlian baru, peningkatan kepedulian budaya dan lingkungan, perlindungan dan konservasi, serta perbaikan pola penggunaan lahan.

Kasus semacam itu perlu ditempuh dengan langkah-langkah konkrit di dalam masyarakat yang memberikan dampaknya positif yaitu *sustainable economy, culture, and environment*. Strategi tersebut adalah mengembangkan arak sebagai produk dan daya tarik wisata, untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan ekosistem budaya serta alam secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat banyak faktor yang dapat dilakukan terkait status arak sebagai produk wisata. Salah faktor yang penting adalah memberikan *value added* pada proses produksi secara tradisional arak melalui pengembangan agrowisata produksi arak Bali untuk menarik wisatawan. Menurut Budiasa (2011), agrowisata merupakan sebuah bisnis pariwisata yang berbeda dengan bisnis pariwisata lainnya karena pengembangannya berorientasi pada pertanian dan gaya hidup pedesaan. Konsep agrowisata yang sesuai untuk dikembangkan untuk usaha arak di Desa Tri Eka Buana adalah agrowisata berbasis masyarakat (*community-based agritourism*). Strategi tersebut sebagian besar akan melibatkan masyarakat dalam mengoperasikan bisnis agrowisata dengan memperoleh pendapatan dari aktivitas agrowisata, seperti yang bersumber dari *entrance fee*, penjualan atraksi pembuatan arak tradisional, homestay, penyediaan fasilitas *breakfast, lunch*, dan *dinner*, dan paket atraksi serta produk *agritourist* lainnya dapat dikombinasikan dan didistribusikan secara proporsional sebagai tambahan pendapatan usaha tani individual. Selain dari pada itu perencanaan agrowisata, sarana dan prasarana pendukung, promosi, dukungan masyarakat, *partnership* (mitra) (Sumantra *et al*, 2015; Budiarti *et al.*, 2013). Daya tarik wisata yang tersebut juga dapat bersinergi dengan cita-cita masyarakat Desa tersebut melalui Kepala Desa untuk membangun museum arak. Menurut Kepala Desa di Desa tersebut melaporkan museum arak akan lebih memberikan edukasi terkait nilai *history* arak sebagai warisan dan istiadat

budaya masyarakat Bali serta alat-alat pembuatan arak secara tradisional. Berkombinasi dengan konsep agrowisata, diharapkan wisatawan nantinya akan memperoleh pengalaman dan pengetahuan terkait proses pembuatan arak mulai dari proses pemetikan buah kelapa, proses fermentasi, destilasi hingga menjadi arak. Di samping itu, wisatawan juga akan diberikan souvenir berupa minuman arak yang sudah di kemas dalam botol.

Usaha tersebut memerlukan juga partisipasi dari masyarakat khususnya petani dan pengrajin arak dengan jalan memberikan pemahaman yang lebih persuasif kepada petani dan pengrajin arak Bali dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata. Jadi peran petani dan pengrajin arak dalam model pariwisata tersebut adalah sebagai *stakeholder* sekaligus sebagai *shareholder*. Diperlukan strategi terpadu untuk mengangkat citra arak bagi wisatawan. Pengembangan arak sebagai produk wisata melalui perencanaan agrowisata arak dan arak sebagai produk industri minuman alkohol di Bali penting dilakukan. Dalam menjaga standar mutu dan kualitas arak pemerintah telah merancang MoU dengan pihak ketiga yaitu sebuah badan pengelola yang dapat mengakomodasi arak yang di produksi oleh petani sehingga produk arak bisa terstandarisasi dengan baik. Hal tersebut akan menjadi jalan keluar tertutupnya jalan untuk membuka investasi finansial baru bagi industri arak.

Selain itu, penting diperhatikan bahwa ancaman seperti adanya model arak oplosan dan regenerasi pembuatan arak secara tradisional akan berdampak langsung dalam pengembangan arak sebagai produk wisata. Beredarnya arak oplosan yang dijual bebas tentu akan merusak citra arak Bali. Padahal petani arak di Desa Tri Eka Buana telah melakukan inovasi diversifikasi produk arak yang di sebut arak 31Buana yang memiliki rasa dan aroma yang sedap. Namun untuk memproduksi jenis arak tersebut diperlukan modal yang lebih tinggi dibandingkan dengan memproduksi arak secara tradisional. Alat-alat yang digunakan sudah lebih *hygiene* dan modern yang menyebabkan beberapa petani arak tradisional belum begitu tertarik untuk memproduksinya. Ini berarti, bila dilaksanakan kerja sama antara petani arak dan badan pengelola maka standarisasi produk arak belum optimal karena standar pertama adalah menggunakan alat produksi yang modern berupa alat destilasi yang berbahan *stainless steel*. Di samping itu strategi *packaging* (kemasan) dan *labelling* (label) minuman arak juga memperoleh perhatian karena memberikan nilai karakteristik yang lebih profesional. Keterangan tersebut relevan dengan penelitian Astuti, *et al* 2020 yang menyatakan kemasan minuman arak masih sederhana dan belum disesuaikan dengan standar minuman beralkohol untuk hotel dan restoran. Adanya studi lebih lanjut terkait proses standarisasi arak Bali agar bisa dikonsumsi atau dinikmati wisatawan mancanegara.

Hasil analisis SWOT menyatakan bahwa peluang dan kekuatan untuk pengembangan arak tersebut lebih besar daripada ancaman dan kelemahan. Dengan kata lain, upaya yang perlu dilakukan adalah *integration* dan *intensive strategies* (David, 2011). *Integration strategies* adalah upaya peningkatan kontrol terhadap distributor, pemasok dan pesaing. Strategi tersebut dapat diimplementasikan dalam upaya pengembangan arak sebagai produk industri minuman beralkohol yang bekerja sama dengan badan pengelola sesuai dengan amanat yang telah dirancang oleh pemerintah melalui regulasi nya. Untuk mewujudkannya diperlukan upaya kerja sama dengan mengajukan bantuan ke Provinsi berupa bantuan sosial dan CSR. Peluang tersebut di sambut baik oleh stakeholder usaha minuman arak karena adanya kunjungan wisatawan sebanyak 50 orang per bulan yang sekaligus melihat proses destilasi arak Bali di Desa Tri Eka Buana. Sedangkan *intensive strategies* yang perlu dilakukan adalah *market penetration* dengan memperbesar market share untuk produk arak yang sudah ada dengan melakukan kegiatan pemasaran yang lebih intensif, *market development* yaitu memperkenalkan produk arak yang sudah ada ke daerah yang baru dan *product development* yaitu meningkatkan penjualan dengan mengembangkan produk arak atau menciptakan produk arak dengan varian yang baru. Selain itu, berdasarkan hasil analisis QSPM dapat disimpulkan

bahwa selain merencanakan pembangunan agrowisata dan museum arak, pendekatan persuasif kepada petani arak dan masyarakat penting untuk dilakukan. Memberikan pemahaman melalui pendekatan yang bersifat horizontal kepada masyarakat, petani dan pengrajin arak Bali dalam upaya pengembangan arak sebagai produk wisata. Hal tersebut karena potensi dampak wisata dalam suatu masyarakat. Menurut (Drumm dan Moore 2005:42) dengan adanya partisipasi masyarakat akan berdampak pada pendapatan berkelanjutan, perbaikan layanan dan pemberdayaan budaya Namun bila tanpa adanya partisipasi masyarakat potensi dampak wisata dalam masyarakat akan memberikan efek negatif yaitu hilangnya basis sumber daya alam, meningkatnya ketidakadilan ekonomi dan pengikisan nilai-nilai budaya. Sehingga, pengembangan arak sebagai produk wisata berbasis agrowisata dan museum senantiasa mengikutsertakan masyarakat lokal dengan meningkatkan perannya yaitu : (1) masyarakat lokal dalam zona pengembangan agrowisata dan museum arak harus mendapatkan informasi yang benar tentang potensi dampak pengembangan tersebut, (2) *stakeholders* industri wisata harus menyediakan lingkungan yang kondusif untuk mendorong peran masyarakat lokal, dan (3) kekurangan pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap perencanaan pengembangan arak sebagai produk wisata melalui agrowisata dan museum arak ditingkatkan melalui pendidikan komunitas.

Kesimpulan

Penelitian ini menyajikan upaya pertama untuk pengembangan arak Bali dengan konsep agrowisata yang berkolaborasi dengan cita-cita masyarakat Tri Eka Buana untuk mengembangkan museum arak Bali menggunakan SWOT dan QSPM. Tujuannya adalah memeriksa secara kualitatif dan kuantitatif pertimbangan kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman arak sebagai minuman tradisional khas Bali yang di produksi di Desa tersebut sehingga diperoleh strategi terbaik untuk pengembangannya. Isu-isu utama yang mempengaruhi pengembangan arak menjadi bagian dari industri pariwisata Bali telah diidentifikasi melalui analisis SWOT dan QSPM. Analisis tersebut juga mengkritik situasi masyarakat yang tidak sepenuhnya ingin adanya industrialisasi arak melalui investasi finansial dari regulasi pemerintah daerah yang melegalisasi produksi minuman beralkohol. Penelitian ini memberikan keterangan bawah arak memiliki potensi yang nyata sebagai produk wisata. Arak memiliki banyak peluang untuk ditawarkan dalam konsep-konsep wisata berkelanjutan mengingat memiliki nilai-nilai budaya dan sejarah yang sangat menonjol dalam proses produksinya secara tradisional. Cita rasa arak yang sangat khas dibandingkan dengan minuman alkohol lain di Bali menjadi daya tarik bagi wisatawan. Menciptakan arak menjadi sebuah *souvenir* arak dalam kemasan botol kaca yang unik dapat menjadi nilai tambah bagi daya beli wisatawan. Hal tersebut secara langsung dapat menutupi kelemahan arak yang selama ini dikemas dalam botol plastik. Melalui konsep agrowisata arak diharapkan peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh arak tersebut dapat terakomodasi dengan baik tentunya dengan dukungan masyarakat lokal setempat melalui langkah-langkah yang persuasif. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teknik seperti SWOT dan QSPM analysis dapat dianggap sebagai alat yang berguna untuk lebih mengidentifikasi faktor positif dan negatif yang mempengaruhi pengembangan arak sebagai produk wisata di Desa Tri Eka Buana, Sidemen, Karangasem Hasil ini dapat membantu Desa, ketua koperasi arak, ketua kelompok sadar pariwisata, petani dan Pengrajin arak, masyarakat, pemerintah dan organisasi terkait lainnya untuk mengembangkan dan menjaga warisan budaya lokal Bali yaitu arak secara berkelanjutan di daerah tersebut.

Daftar Pustaka

- Brown, K., Turner, R., Hameed, H., & Bateman, I. (1997). Environmental carrying capacity and tourism development in the Maldives and Nepal. *Environmental Conservation*, 24(4), 316–325.
- Buta, R. (2007). The SWOT analysis in the geographical research, with applicability in the study of the human settlements from Moldova valley. *Present Environment and Sustainable Development*, 1, 239–248.
- Ginaya, G. (2018). The Balinese calendar system: From its epistemological perspective to axiological practices. *International journal of linguistics, literature, and culture*, 4 (3), 24-37.
- Ginaya, G., Astuti, N. N. S., Susyarini, N. P. W. A., Bagiastuti, N. K., & Ruki, M. (2019). Mixed-Strategies of Marketing in BBTF: Seller Persuasion Towards Prospective Buyers. *J. Mgt. Mkt. Review*, 4(1), 08-18
- Harfst, J., Wirth, P., Lintz, G., & Bieberstein, C. (2010). Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats of European mining regions (SWOT Report I). Germany, Dresden: Leibniz Institute of Ecological and Regional Development (IOER), 103.
- M Kadafi. BNN Kaji Wacana Legalisasi Arak Bali. *Merdeka[dot]com*. 2019. Available at URL: <https://www.merdeka.com/peristiwa/bnn-kaji-wacana-legalisasi-arak-bali.html>
- Nariani, N. K. (2019). Pengembangan Kuliner Lokal Berdasarkan Persepsi Wisatawan di Ubud Bali. *Jurnal Journey* 1(2), 85–98.
- NOAA (2011). Assessment for sustainable tourism. Available at: http://sanctuaries.noaa.gov/management/international/pdfs/day2_assessment_manual.pdf (accessed Nov, 2011)
- Ommani, A. R. (2011). Strategies of rural development in Shoushtar Township of Iran (applying SWOT method). *Journal of American Science*, 7(1), 969–972.
- Prayuda, I.K.P.G. 2018. Strategi Pengembangan Dark Tourism di Objek Wisata Puputan Margarana. Skripsi Program Studi Manajemen Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional
- Reihanian, A., Noor Zalina Binti, M., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4, 223–228.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian & Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukadana, I.G.K. 2017. Combustion characteristics of gas fuel basic materials in Bali wine. *Journal of Mechanical and Civil Engineering*. 14 (3): 81-85.
- Widuri, S. A. 2019. Assessment of Tourist on Mojito Based on Arak Bali in Kuta Bali. 1st International Conference One Belt, One Road, One Tourism (ICOBOROT 2018) 1(111), 103–108.
- Bohari, A. M., Wei Hin, C., & Fuad, N. (2013). The competitiveness of halal food industry in Malaysia: A SWOT-ICT analysis. *Journal of Society and Space*, 9(1), 1–9.
- Monavari, M., Karbasi, A., & Mogooee, R. (2007). *Environmental strategic management*. Tehran: Kavoush Qalam, Iran.
- Rangkuti, F. 2016. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Drake SP. 1991. Local Participation in Ecotourism Projects. Dalam: Whelan T (editor). *Nature Tourism: Managing for the Environment*. Washington. Island Press., 132- 163.
- Dowling RK and Fennell DA. 2003. The Context of Ecotourism Policy and Planning. Dalam: Fennel DA dan Dowling RK (editor). *Ecotourism Policy and Planning*. Cambridge. CABI Publishing., 1-20.