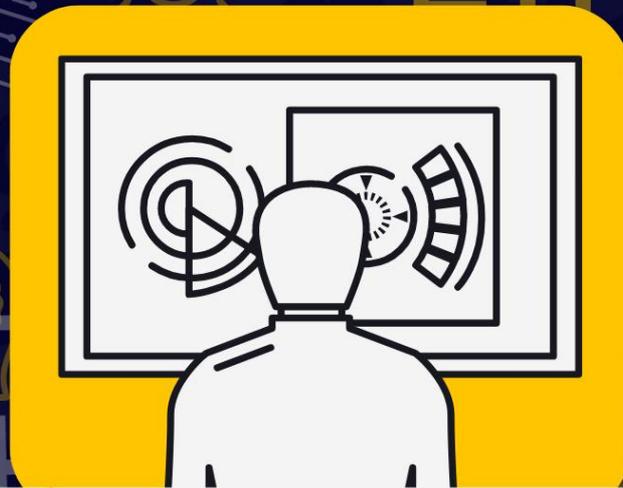




JGOP

JOURNAL OF GOVERNMENT AND POLITICS



Volume 5 Nomor 1 JULI 2023

ISSN 2774-728X (Print) ISSN: 2686-3391 (Online)

[Jgop.fisip@ummat.ac.id](mailto:jgop.fisip@ummat.ac.id)

SCAN ME



JGOP

<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jsip>

Exploring Paradiplomacy Pathways: Local Government and Foreign Direct Investment Corporation Partnerships for Sustainable Development

Ahmad Harakan, Ahmad Taufik

01-18

Collective Action and Climate Change Adaptation in Makassar

Anirwan, Qamal

19-31

Evaluasi Kebijakan Perdagangan Lobster yang Pro Nelayan di Provinsi Aceh

Vellayati Hajad, fadhil Ilhamsyah, Nurasma Aripin

32-49

Tujuan UCLG ASPAC dalam Implementasi Kerjasama Lingkungan Climate Resilience and Inclusive Cities (CRIC) Project di Kota Cirebon

Fariz Reza Ferdiansyah, Aditya Maulana Hasymi

50-68

Kerjasama NGO Pada Program Pemerintah Dalam Mengurangi Angka Pernikahan Usia Anak Di Kabupaten Mamuju

Andi Nur Fiqhi Utami, Asma Amin

69-93

Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu Berbasis Analisis Swot

Vidya Yanti Utami, Siti Yulianah M. Yusuf, Johan Mahsuri

94-115



Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu Berbasis Analisis Swot

Vidya Yanti Utami¹, Siti Yulianah M. Yusuf², Johan Mahsuri³

¹²³ Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

InfoArtikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 25-06-2023

Disetujui: 30-07-2023

Dipublikasikan :

31-07-2023

Kata Kunci :

***Strategy Formulation,
Tourism Village
Development, SWOT
analysis***

Pengembangan desa wisata untuk menjadi sebuah destinasi wisata yang diminati bukanlah upaya yang mudah dan tanpa kendala serta tantangan. Persaingan daya tarik di antara desa wisata yang ada di Kabupaten Lombok Barat maupun di Pulau Lombok adalah tantangan yang akan terus dihadapi Desa Wisata Kebon Ayu. Mengingat tidak sedikit desa wisata yang awalnya ramai dikunjungi wisatawan kini menjadi sepi dan terbengkalai karena kurang diimbangi dengan konsistensi pembinaannya. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu sehingga nantinya diharapkan strategi pengembangan tersebut mampu menjadi acuan guna mengembangkan Desa Wisata Kebon Ayu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengidentifikasi melalui analisis SWOT yang meliputi Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (peluang) dan Threats (Ancaman). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu berbasis SWOT sangat dibutuhkan. Hasil analisis SWOT yang dilakukan dapat memberikan arahan strategis yang tepat dalam pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu. Beberapa strategi unggulan yang ditawarkan: (1) Mengadakan event-event pertunjukan seni dan budaya sebagai daya tarik wisata, (2) Menyediakan penginapan seperti camping ground dengan suasana pedesaan yang memenuhi standar kenyamanan sebagai daya tarik wisata, (3) Mengembangkan ikon wisata kuliner khas hasil pertanian desa kebon ayu yang berbeda dengan desa wisata lain, (4) Penyelenggaraan pelatihan basic service pariwisata dan sistem pembayaran bagi pramusaji pada stand wisata kuliner, (5) Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu secara berkelanjutan, (6) Membuat Ad-art Bumdes sebagai acuan pengelola wisata. Strategi pengembangan yang telah rumuskan diharapkan mampu menjadi acuan pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu.

Strategy Formulation In The Development Of Kebon Ayu Tourism Village Based On Swot Analysis

Abstract

The development of a tourist village to become a tourist destination that is of interest to tourists is not an easy effort and is without constraints and challenges. Competition for attractiveness between tourist villages in West Lombok Regency and on Lombok Island is a challenge that will continue to be faced by Kebon Ayu Tourism Village. Considering that not a few tourist villages that were originally crowded with tourists are now deserted and neglected because they are not matched by the consistency of their guidance. This study aims to formulate a development strategy for the Kebon Ayu tourism village so that later it is hoped that this development strategy will be able to become a reference for developing the Kebon Ayu tourism village. This study uses qualitative research methods by identifying through SWOT analysis which includes Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. The results of the study show that the formulation of a SWOT-based development strategy for the Kebon Ayu Tourism Village is urgently needed. The results of the SWOT analysis carried out can provide the right strategic direction in the development of the Kebon Ayu Tourism Village. Some of the leading strategies offered: (1) Holding art and cultural performance events as a tourist attraction, (2) Providing lodging such as camping grounds with a rural atmosphere that meets comfort standards as a tourist attraction, (3) Developing a culinary tourism icon typical of the agricultural products of Kebon Ayu village which is different from other tourist villages, (4) Organizing tourism basic service training and payment systems for waiters at culinary tourism stands, (5) Building a network of cooperation with various parties for the sustainable development of the Kebon Ayu Tourism Village, (6) Making Bundes Ad-art as a reference for tourism managers. The development strategy that has been formulated is expected to be a reference for the development of the Kebon Ayu Tourism Village.

*Alamat Korespondensi: vidyautami88@gmail.com

PENDAHULUAN

Tren wisata alternative yang lebih bersahabat dengan alam atau yang dikenal dengan sebutan desa wisata kini lebih diminati oleh para wisatawan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menjadikan pengembangan desa wisata sebagai prioritas kebangkitan sektor pariwisata. Tren desa wisata semakin populer pascapandemi COVID-19, dimana tren wisata cenderung menjadi personalize, customize, localize, dan smaller in size. Artinya, wisatawan akan lebih memilih pariwisata pribadi atau dalam lingkup keluarga dan pariwisata dengan minat khusus, seperti wisata berbasis alam (Kompas.com, 2021). Kondisi ini membuat jumlah desa wisata terus berkembang setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Asosiasi Desa Wisata Indonesia (Asidewi), terdapat 3.416 desa wisata yang terdaftar dari 34 provinsi di Indonesia dengan berbagai klasifikasi mulai dari desa wisata rintisan, berkembang, maju hingga mandiri. Dari jumlah tersebut, terdapat 1.831 desa wisata yang telah berpartisipasi dalam Jejaring Desa Wisata (Fortuneidn.com, 2022).

Desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata (Nuryanti dalam Hari Nalayani, 2016). Terdapat beberapa komponen dalam pengembangan desa wisata antara lain: adanya atraksi dan kegiatan wisata, akomodasi, unsur kelembagaan dan sdm, fasilitas pendukung wisata, infrastruktur, transportasi, sumber daya lingkungan alam dan sosial budaya, dukungan masyarakat, dan pasar wisata yang berasal dari wisatawan domestic maupun mancanegara (Karyono dalam Atmoko, 2021).

Keberadaan desa wisata dapat meningkatkan perekonomian desa untuk terus berinovasi dan berkembang melalui daya tarik wisata yang dimiliki daerah. Dengan harapan masyarakat desa bisa keluar dari kondisi ekonomi dan sosial yang cenderung tertutup sehingga dapat terhubung dan memberikan kontribusi bagi pemerintahan daerah dan negara serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (WTO dalam Seryasat, Hajari, 2013). Pemerintah mengembangkan pariwisata sebagai salah satu aset guna untuk memperoleh pendapatan daerah (Ladia, Afifuddin and Abidin, 2019).

Pengembangan desa wisata juga merupakan implementasi dari norma-norma yang digariskan dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Pasal 78 ayat (1) undang-undang ini menyebutkan bahwa “Pembangunan Desa bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana Desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan”.

Berbagai manfaat yang diharapkan dengan adanya desa wisata, membuat banyak desa bermunculan dengan mengemas desanya menjadi desa wisata, agar desanya menjadi terkenal, wisatawan banyak yang berkunjung dan kesejahteraan masyarakatnya terus meningkat. Berikut jumlah desa wisata yang berada di provinsi nusa tenggara barat (NTB

Tabel 1
Daftar Desa Wisata Prov. NTB Tahun 2022

No	Wilayah	Jumlah	Legalitas
1	Kota Mataram	4	SK Gubernur
2	Kab. Lombok Barat	13	SK Gubernur
		2	Kemenparekraf
		44	SK Bupati
		1	Mandiri
3	Kab. Lombok Tengah	15	SK Gubernur
		3	Kemenparekraf
		2	Belum ada
4	Kab. Lombok Timur	17	SK Gubernur
		1	Kemenparekraf
		1	Mandiri
		2	Belum ada
5	Kab. Lombok Utara	8	SK Gubernur
		2	Kemenparekraf
		1	Belum ada
6	Kab. Bima	10	SK Gubernur
		3	Mandiri
7	Kota Bima	4	SK Gubernur
8	Kab. Dompu	9	SK Gubernur
9	Sumbawa	9	SK Gubernur
		1	Mandiri
10	Sumbawa Barat	8	SK Gubernur
Jumlah		160	

Sumber: Diolah peneliti, 2023

Pengembangan desa wisata untuk menjadi sebuah destinasi wisata yang diminati bukanlah upaya yang mudah dan tanpa kendala serta tantangan. Pada table diatas, dapat dilihat bahwa jumlah desa wisata di Prov. NTB mencapai 160 desa wisata, dengan jumlah terbanyak ada pada Kabupaten Lombok Barat yaitu 60 desa wisata. Oleh karena itu menjadi sebuah desa wisata tidak hanya berbicara seputar tempat wisata, namun ada banyak tantangan yang harus dihadapi untuk mempertahankan statusnya sebagai desa wisata.

Dalam mengembangkan suatu desa menjadi desa wisata, maka tidak hanya meniru mentah-mentah desa lain, tetapi harus menggali potensi dan keunikan sendiri dari desa wisata yang bersangkutan, karena keunikan inilah yang akan menjadikan atraksi wisata yang berbeda dengan wisata lainnya (Arida, 2016). Dalam konsep pariwisata, dimana ada keunikan disitu akan semakin menarik hingga memuaskan wisatawan dalam berwisata (Hermawan, 2017).

Menurut (Birgit, 2001), wisatawan akan memiliki ekspektasi terhadap suatu destinasi ketika mereka akan mengunjunginya. Wisatawan akan memiliki suatu tujuan dan pilihan tertentu dalam menjatuhkan pilih kepada suatu destinasi. Dalam hal ini, keunikan itu penting. Jumlah kunjungan wisatawan sangat penting untuk mempengaruhi kegiatan pengembangan industri wisata dan pendapatan asli daerah (PAD) (Purwanti dan Dewi, R. M dalam Suastika and Yasa, 2017). Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kunjungan wisata merupakan salah satu indikator keberhasilan dari sebuah pengembangan wisata sehingga memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat sekitar maupun pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di kawasan wisata.

Pulau Lombok merupakan pulau yang sudah terkenal sebagai salah satu tempat tujuan wisata favorit wisatawan. Tak hanya wisata pantai dan pularunya yang cantik, pulau Lombok juga memiliki beberapa desa wisata yang menarik untuk dikunjungi. Salah satu desa wisata yang berada di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat adalah Desa Wisata Kebon Ayu. Desa wisata ini terhitung cukup baru karena desa wisata ini baru launching pada 17 Desember 2021. Desa Wisata Kebon Ayu memiliki berbagai jenis atraksi wisata didalamnya, antara lain wisata alam, seni budaya seperti peresean dan kesenian musik gamelan (cungklik), wisata naik kuda, agro wisata seperti petik buah melon golden, anggur, jambu kristal, hingga wisata kuliner khas tradisional hasil pertanian. Menurut Asosiasi Desa Wisata (Asidewi) terdapat banyak desa di Indonesia yang memiliki potensi luar biasa untuk dijadikan tempat wisata namun seringkali masih banyak kendala yang dihadapi (Sindonews.com, 2020). Hal ini juga dirasakan oleh Desa Wisata Kebon Ayu.

Tantangan pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu di awal pembentukannya tidaklah ringan. Banyaknya desa wisata yang telah berkembang sebelumnya dengan kekuatan potensi wisata yang relatif sama di Pulau Lombok memaksa Desa Wisata Kebon Ayu untuk mengemas wisata yang berbeda dalam pengembangan berbagai potensi yang dimiliki tersebut.

Desa Wisata Kebon Ayu menerapkan konsep Community Based Tourism (CBT) dalam mengelola daya tarik wisatanya yang mana merupakan pembangunan kepariwisataan berbasis masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga kemanfaatan kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat Kebon Ayu (Yanti Utami et al., 2022). Hal ini merupakan salah satu modal yang cukup kuat untuk desa wisata dapat konsisten mengembangkan wisatanya. Hal ini selaras dengan Wearing, S.L and Donald (2001) yang mengatakan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal. Berikut adalah gambar Desa Wisata Kebon Ayu.

Gambar 1.
Desa Wisata Kebon Ayu



Sumber: Diolah peneliti, 2023

Pengembangan desa wisata memiliki segudang manfaat karena mampu meningkatkan perekonomian masyarakat perdesaan dan pendapatan desa serta pelestarian budaya. Akan tetapi hal tersebut baru bisa dirasakan jika desa wisata menjadi destinasi wisata yang berkembang dan berkelanjutan. Berkelanjutan disini artinya bahwa desa wisata tersebut dapat memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini, dengan tetap menjaga keberadaan budaya, ekologi dan keanekaragaman hayati untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosial di masa mendatang (WTO, 2009 dalam Andriani and Sunarta, 2015). Seperti yang terjadi pada Desa Wisata Halal Setanggor yang kini telah sukses menciptakan aktivitas ekonomi baru yang dikemas menjadi Desa Wisata Halal, yang mana keberadaannya dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara nyata (Utami, 2020).

Dengan kekuatan potensi wisata yang dimiliki Desa Wisata Kebon Ayu, tentunya mendorong Desa Kebon Ayu agar dapat mengembangkan wisatanya secara komprehensif, karena tidak sedikit desa wisata yang awalnya ramai dikunjungi wisatawan kini menjadi sepi dan terbengkalai karena tidak konsisten dalam pembinaannya. Hal ini menjadi tantangan bagi Desa Wisata Kebon Ayu yang terhitung masih baru untuk terus berupaya mengembangkan wisatanya ditengah tantangan dan ancaman yang semakin berat dari kompetitor pelaku desa wisata lainnya. Kotler dan Armstrong (2015) menjelaskan bahwa setiap posisi persaingan memerlukan strategi bersaing yg berbeda, untuk merancang pemasaran pasar yang memberikan nilai lebih dari pada penawaran pesaingnya.

Dewi et al., (2022) mengungkapkan bahwa potensi wisata yang dimiliki oleh Desa wisata tidak akan termanfaatkan dengan baik apabila tidak adanya strategi pengembangan desa wisata. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Tjiptono, 2013). Oleh karenanya penelitian ini perlu dikaji lebih dalam tentang perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu melalui analisis swot dengan mengidentifikasi Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (peluang) dan Threats (Ancaman), karena desa wisata seperti kebon ayu perlu menjadi destinasi desa wisata yang mandiri dan berkelanjutan mengingat berbagai potensi dan keunikan yang dimilikinya. Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang matang untuk menjadi acuan mengembangkan Desa Wisata Kebon Ayu kedepannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Iskandar (2008) dalam Delita and Sidauruk (2012) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah pendekatan sistematis dan subjektif dalam menjelaskan segala sesuatu yang ada di lapangan (bersifat empiris) serta berorientasi kepada upaya untuk memahami fenomena secara menyeluruh. Pendekatan deskriptif kualitatif dianggap sesuai dengan tujuan penelitian untuk memaparkan dan mengkaji perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu berbasis analisis swot. Penelitian lapangan dilakukan melalui indepth interview, FGD terbatas dan pengamatan secara langsung terhadap obyek dan melakukan analisis dan interpretasi secara langsung, serta dokumentasi. Analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Rachmat, 2014). Analisis SWOT akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan. Hasil analisis dan interpretasi data-data tersebut kemudian dituangkan dalam matriks SWOT agar lebih terfokus dan mudah dipahami. Bentuk dari model data lebih bersifat naratif dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki pariwisata. Melalui matriks SWOT dapat ditetapkan strategi pengembangan yang tepat bagi Desa Wisata Kebon Ayu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Desa Wisata Kebon Ayu

Menurut Hadiwijoyo (2012) beberapa hal yang memungkinkan satu desa bisa disebut desa wisata adalah dengan adanya beberapa kriteria yaitu: (1) Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi, (2) Memiliki objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal dan sebagainya guna dikembangkan sebagai objek wisata, (3) Masyarakat dan aparat desa menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya, (4) Keamanan di desa tersebut terjamin, (5) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, serta tenaga kerja yang memadai, (6) Beriklim sejuk atau dingin, (7) Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Melihat teori diatas maka dapat dikatakan bahwa Desa Wisata Kebon Ayu sudah memiliki kriteria tersebut. Desa Kebon Ayu merupakan salah satu desa wisata yang berada di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, NTB. Desa ini memiliki potensi alam indah serta beragam kesenian budaya yang terjaga dan dilestarikan secara turun temurun oleh masyarakatnya. Hamparan persawahan hijau, pemandangan perbukitan, dilengkapi dengan atraksi seni budaya hingga situs bersejarah berumur ratusan tahun bisa dinikmati di desa yang letaknya tidak jauh dari kantor pusat pemerintahan Kabupaten Lombok Barat ini. Dengan kekayaan potensi yang dimiliki, pada 17 Desember 2021 desa ini launching menjadi desa wisata yang dikemas secara unik dan menarik.

Di Desa Wisata Kebon Ayu ini, wisatawan dapat menikmati sajian kuliner khas Kebon Ayu, seperti sate jamur, sate kelapa, urap hingga jajanan tradisional lupis, dan serabi laklak. Suasana asri persawahan juga menambah kenikmatan saat menyantap hidangan tradisional Kebon Ayu. Desa wisata Kebon Ayu juga memiliki potensi wisata budaya seperti peresean, gamelan, dan tenun. Selain menyaksikan masyarakat yang sedang nyesek (menenun) dan pentas wayang yang diiringi musik gamelan, di tempat ini para wisatawan juga berkesempatan mencoba langsung atraksi-atraksi yang ada. Mulai dari mencoba menjadi seorang dalang hingga bernyanyi mengikuti alunan gamelan.

Selain terkenal dengan kulinernya yang beraneka ragam, Desa Wisata Kebon Ayu memiliki identitas dan ciri khas baru lainnya yakni Golden Melon. Kini, wisatawan punya alternatif aktivitas baru di Desa Wisata Kebon Ayu. Wisatawan dapat masuk ke kebun, memilih, memetik, dan menyantap beragam jenis buah di tempat. Berdasarkan hasil penelitian bahwa atraksi wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Kebon Ayu antara lain:

Tabel 2
Daftar Agrowisata Desa Wisata Kebon Ayu Kabupaten Lombok Barat

No	Nama	Keterangan
1	Wisata kuliner	Baik
2	Wisata pemandangan perasawahan, pegunungan	Baik
3	Agrowisata petik buah melon, anggur, jambu kristal	Baik
4	Wisata bertanam padi	Baik
5	Wisata petik sayur mayur	Sangat Baik
6	Wisata Berkuda	Sangat Baik
7	Wisata kesenian cuklik, gamelan	Baik
8	Pertunjukan budaya peresean	Baik
9	Wisata tenun khas kebon ayu	Sangat Baik

Sumber : Desa Kebon Ayu, 2023

Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu

Sebelum melakukan formulasi strategi, terlebih dahulu harus melakukan pengamatan lingkungan, baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Tujuan dari tahapan ini adalah mengetahui lingkungan internal dan eksternal dengan tujuan mengetahui kekuatan atau fasilitas yang dimiliki sehingga nantinya dapat ditemukan strategi berdasarkan identifikasi sumber daya yang dimiliki (Seryasat dalam (Putri, Sinyor and Putra, 2018)). Menganalisis lingkungan internal dan eksternal berguna untuk memonitor masalah-masalah yang dapat mempengaruhi pariwisata dimasa yang akan datang (Goranczewski &Puciato, 2010; Lawton & Weaver, 2009 dalam (Adityaji, 2018).

Melihat berbagai potensi yang dimiliki Desa Kebon Ayu, hal ini menjadi peluang besar bagi masyarakat untuk melibatkan desanya didalam menikmati keuntungan perkembangan industri pariwisata. Desa Kebon Ayu mengemas desanya menjadi Desa Wisata yang unik, karena menawarkan beragam jenis atraksi wisata didalam satu lokasi wisata. Pada Desa Wisata Kebon Ayu, pengelolaannya dilaksanakan oleh BUMDES Budi Ayu dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Bidadari.

Persaingan daya tarik di antara desa wisata yang ada di Kabupaten Lombok Barat maupun Pulau Lombok menjadi tantangan yang akan dihadapi Desa Wisata Kebon Ayu kedepannya. Desa Wisata Kebon Ayu harus dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dikenal dengan istilah SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) sehingga dapat menentukan strategi yang jelas dan terarah agar pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu dapat terus berkelanjutan dan membawa perubahan nyata yang lebih baik bagi masyarakat Desa Kebon Ayu.

Analisis Lingkungan Internal

1. Kekuatan (Strength)

- a. Desa Wisata Kebon Ayu merupakan desa wisata yang unik karena memiliki beragam jenis wisata yang disuguhkan dalam satu tempat (wisata kuliner khas pertanian kebon ayu, wisata petik buah melon, anggur, jambu kristal, wisata seni dan budaya, wisata naik kuda.
- b. Terdapat 15 stand kuliner yang disediakan, kulinernya merupakan hasil pertanian masyarakat setempat dan bumbu masakan khas desa kebon ayu
- c. Harga yang perlu dikeluarkan untuk kuliner dan petik buah masih sangat terjangkau
- d. Keindahan alam pedesaan seperti sawah-sawah yang masih asri, view pegunungan dan aktifitas pertaniannya.
- e. Letak Geografis Desa Wisata Kebon Ayu lokasinya mudah dijangkau
- f. Infrastruktur jalan yang sudah bagus
- g. Masyarakat lokal menghasilkan kain tenun yang berkualitas dan berbeda dengan kain tenun desa lain
- h. Memiliki masyarakat yang ramah dan senang menyambut wisatawan
- i. Area parkir yang sangat luas sehingga bus pariwisata besarpun dapat parkir dengan nyaman
- j. Pengelola (bumdes dan pokdarwis) yang solid

2. Kelemahan (Weakness)

- a. Belum tersedianya sarana penunjang untuk beribadah seperti mushola, mengingat lombok dengan slogan wisata halalnya
- b. Tanah tempat Desa Wisata Kebon Ayu adalah milik private, bukan milik Desa
- c. Pelayanan pada stand kuliner perlu ditingkatkan, karena sumber daya manusia selaku pramusaji pada stand kuliner masih kesulitan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan karena minim ilmu basic service dibidang pariwisata
- d. Rata-rata pramusaji pada stand kuliner tidak bisa menulis dan fasih berbahasa Indonesia, sehingga cukup sering mengalami kerugian pada proses pembayarannya
- e. Belum adanya Ad-art Bumdes yang digunakan sebagai acuan
- f. Belum adanya rekapan desa wisata terkiat berapa jumlah wisatawan yang datang dan jumlah pendapatannya.

Analisis Lingkungan Eksternal

3. Peluang (Opportunity)

- a. Tren wisata back to nature sedang naik
- b. Lokasi mudah dijangkau oleh wisatawan sehingga mudah untuk berkembang
- c. Adanya jalinan kerjasama pihak Desa Wisata Kebon Ayu dengan berbagai pihak travel dll, hal ini bermanfaat baik bagi pengembangan desa wisata agar makin dikenal dan makin berkembang.
- d. Pengelola Desa Wisata Kebon Ayu yaitu pokdarwis dan bumdes sudah dapat memanfaatkan teknologi untuk media promosi (Website, facebook, tiktok).
- e. Memiliki lingkungan alam yang masih bisa dikembangkan menjadi daya tarik baru bagi wisatawan yaitu menyewakan camping ground di atas bukit sekitar lokasi wisata.
- f. Wisatawan senang berlama-lama karena menikmati keindahan alamnya
- g. Desa Wisata Kebon Ayu belum memiliki pesaing yang memiliki potensi wisata yang sama diwilayah Kabupaten Lombok Barat

4. Ancaman (Threats)

- a. Masih saja ada sebagian masyarakat yang belum mendukung sepenuhnya pengembangan Desa Kebon Ayu dijadikan sebuah Desa Wisata
- b. Dampak positif desa wisata belum merata
- c. Mulai munculnya berbagai desa wisata lain yang tidak jauh dari Desa Wisata Kebon Ayu meskipun tidak memiliki potensi yang sama namun menjadi pesaing yang cukup

berarti.

d. Anggaran yang masih kurang untuk pengembangan

e. Tanah desa wisata bukan milik pemerintah desa

f. Koordinasi antar pengurus berkurang karena masing-masing memiliki kesibukan

Tabel 3.
Matriks SWOT Desa Wisata Kebon Ayu

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Strengths - S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desa wisata yang unik karena memiliki beragam jenis wisata yang disuguhkan dalam satu tempat - Terdapat 15 stand kuliner yang disediakan - Harga yang terjangkau - Keindahan alam pedesaan persawahan yang masih asri, view pegunungan dan aktifitas pertaniannya. - Lokasinya mudah dijangkau - Infrastruktur jalan yang sudah bagus - Tenun berkualitas hasil buatan masyarakat lokal - Masyarakat yang ramah dan senang menyambut wisatawan - Area parkir yang sangat luas sehingga bus pariwisata besarpun dapat parkir dengan nyaman - Pengelola (bumdes dan pokdarwis) 	<p>Kelemahan (Weaknesses - W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi desa wisata bukan tanah milik desa melainkan milik <i>private</i> - Belum tersedianya sarana seperti mushola - Pengelola dan pramusaji pada stand kuliner masih minim ilmu basic service dibidang pariwisata - Rata-rata pramusaji pada stand kuliner tidak bisa menulis dan fasih berbahasa Indonesia - Belum adanya Ad-art Bumdes - Belum ada rekap data kegiatan di desa wisata
--	--	---

	yang solid	
<p>Peluang (Opportunities – O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tren wisata <i>back to nature</i> sedang naik - Lokasi mudah dijangkau - Kerjasama dengan berbagai pihak travel - Perkembangan teknologi yang mudah untuk promosi. - Memiliki lingkungan alam yang masih bisa dikembangkan (inovasi) menjadi daya tarik baru - Wisatawan senang berlama-lama menikmati keindahan alamnya - Belum ada pesaing di wilayah Kabupaten Lombok Barat 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengidentifikasi dan menggali potensi yang dinilai memiliki daya tarik besar - Mengadakan event-event pertunjukan seni dan budaya sebagai daya tarik wisata - Menyediakan fasilitas penginapan - Menyediakan fasilitas camping ground - Membuat galeri tenun untuk memajang hasil buatan tangan masyarakat lokal 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penyelenggaraan pelatihan basic service pariwisata dan sistem pembayaran bagi pramusaji pada stand wisata kuliner - Penyediaan fasilitas mushola - Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu secara berkelanjutan
<p>Ancaman (Threats – T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sebagian masyarakat tidak mendukung sepenuhnya - Sebagian masyarakat merasa iri karena manfaat belum merata - Muncul berbagai desa wisata lain yang juga mempunyai keunikan tersendiri 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan <i>branding</i> khas wisata yang berbeda dengan desa wisata lain - Memupuk keramahan dan tetap menerapkan konsep Community Based Tourism (CBT) - Peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat dalam 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperbaiki dan terus berinovasi meningkatkan pembangunan sarana prasarana yang baik untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan wisatawan - Membuat Ad-art Bumdes sebagai acuan pengelolaan wisata

<ul style="list-style-type: none"> - Anggaran yang masih kurang - Tanah desa wisata bukan milik pemerintah desa - Koordinasi antar pengurus berkurang 	<p>layanan wisata</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan modal yang sedikit untuk menciptakan keuntungan yang besar 	
--	---	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Analisis Strategi Pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu

Strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu dapat diambil berdasarkan matriks analisis SWOT sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya. Strategi yang dikembangkan meliputi competitive strategies, diversification strategies, overview strategies dan defensive strategies. Berikut ini uraian dari masing-masing strategi yang dapat dikembangkan:

1. Competitive Strategies (SO)

Competitive strategies merupakan strategi yang bersifat kompetitif dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki. Beberapa strategi yang dapat dikembangkan diantaranya:

- a. Mengidentifikasi dan menggali potensi yang dinilai memiliki daya tarik besar Desa Kebon Ayu memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata diantaranya suasana desa yang asri dan sejuk, persawahan yang hijau membentang. Dari observasi peneliti pada desa-desa wisata lainnya, wisatawan mancanegara sangat excited jika melakukan wisata bertanam padi disawah. Dalam hal ini Desa Wisata Kebon Ayu dapat menjadikan strategi dengan menambahkan wisata bertani pada pilihan wisatanya. Pilihan wisata ini diperuntukkan baik bagi wisatawan mancanegara maupun nusantara.
- b. Mengadakan event-event pertunjukan seni dan budaya sebagai daya tarik wisata Desa Kebon Ayu memiliki kesenian music gamelan (cungklik) dan pertunjukan budaya seperti peresean. Namun seni dan budaya ini hanya muncul pada saat ada tamu dalam jumlah besar yang sudah konfirmasi terlebih dahulu. Strategi yang dapat dijalankan selain pada saat ada tamu dalam jumlah besar, perlu dibuatkan jadwal sebulan sekali untuk

penampilkan seni dan budaya yang dimiliki desa kebon ayu agar wisatawan yang datang secara individu juga dapat menyaksikannya. Karena dengan adanya event-event yang diselenggarakan tentu akan menarik minat wisatawan untuk datang.

- c. Menyediakan penginapan dengan suasana pedesaan yang memenuhi standar kenyamanan sebagai daya tarik wisata Kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Kebon Ayu memberikan peluang untuk menambahkan fasilitas menginap seperti homestay, namun agar kesan desanya tidak hilang, maka dapat memanfaatkan rumah warga untuk disewakan sebagai homestay bagi wisatawan mancanegara yang ingin merasakan kehidupan dipedesaan.
- d. Menyediakan fasilitas camping ground Pemandangan persawahan serta bukit yang begitu indah sangat disayangkan jika tidak dinikmati. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan camping ground bagi wisatawan yang ingin menginap
- e. Membuat galeri tenun untuk memajang hasil buatan tangan masyarakat lokal Selama ini kain tenun produksi asli Desa Kebon Ayu dibuat jika ada pesanan. Dengan adanya Desa Wisata Kebon Ayu, strategi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan wisatanya adalah dengan menyediakan tempat galeri tenun untuk memajang hasil tenun-tenun asli kebon ayu, sehingga wisatawan yang datang sekaligus bisa melihat juga membeli produk asli dari Desa Kebon Ayu. Kain tenun yang dibuat juga dapat dikreasikan agar lebih bisa menarik minat wisatawan untuk membelinya.

2. Diversification Strategies (ST)

Strategi diversifikasi merupakan strategi mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat meminimlisir ancaman yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Mengembangkan branding khas wisata yang berbeda dengan desa wisata lain Kekhasan daya tarik wisata sangat diperlukan agar memiliki ciri khas yang berbeda dengan wisata lainnya. Sejak launching, Desa Wisata Kebon Ayu memilih ikon wisata kuliner khas hasil pertanian dengan suasana alam pedesaan yang indah.

- b. Memupuk keramahan dan menerapkan konsep Community Based Tourism (CBT) Keramahan serta kerjasama yang baik antar pengelola baik Bumdes dan Pokdarwis menjadi kunci suksesnya pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan rutin melakukan pertemuan dan koordinasi terkait pengelolaan Desa Wisata Kebon Ayu
- c. Peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat dalam layanan wisata Seiring dengan perkembangan di dunia kepariwisataan dan tuntutan layanan wisata yang dinamis, diperlukan terus peningkatan kemampuan pengelola desa wisata dan masyarakat yang terlibat dalam layanan wisata di Desa Wisata Kebon Ayu dalam hal ini Bumdes dan Pokdarwis. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menjalin komunikasi dan kerjasama dengan instansi terkait maupun pihak lain untuk memberikan pelatihan-pelatihan dan sharing pengetahuan dan pengalaman dalam pengelolaan desa wisata dan eksplorasi potensi lokal yang belum dioptimalkan sebagai daya tarik wisata. Manfaat lain dari kerjasama yang dibangun dengan berbagai pihak dapat berupa alokasi anggaran untuk bantuan kegiatan-kegiatan dan penyediaan fasilitas penunjang layanan wisata dan sebagainya.
- d. Memanfaatkan modal yang sedikit untuk menciptakan keuntungan yang besar Meskipun dengan modal yang terbatas, desa wisata perlu untuk tetap dapat menciptakan keuntungan yang besar agar dapat berdampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat dan desa.

3. Overview Strategies (WO)

Strategi ini bermaksud untuk memperkecil kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Penyelenggaraan pelatihan basic service pariwisata dan sistem pembayaran bagi pramusaji pada stand wisata kuliner Beragam jenis kuliner yang disediakan Desa Wisata Kebon Ayu menjadi penarik yang besar bagi wisatawan yang ingin mencicipi kuliner khas hasil pertanian desa kebon ayu. Selama ini stand wisata kuliner selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Hal itu berpengaruh secara langsung pada pendapatan yang didapat. Namun perlu

dilakukannya strategi yaitu memberikan pelatihan bagi pramusaji terkait basic service pariwisata dan sistem transaksi pembayaran yang lebih efektif untuk diterapkan agar tidak terjadi lagi kerugian dari sisi penjual karena makanannya sering kali tidak dibayar oleh wisatawan yang datang.

- b. Penyediaan fasilitas mushola Daya tarik wisata sangat terkait pada fasilitas wisatanya yang lengkap, aman nyaman. Meskipun suatu obyek wisata memiliki keunggulan dari daya tariknya tetapi jika fasilitasnya tidak lengkap akan sangat berpengaruh pada minat kunjungan wisatawan. Fasilitas mushola yang masih belum tersedia di Desa Wisata Kebon Ayu perlu upayakan, mengingat juga bahwa Pulau Lombok identik dengan wisata halalnya yang mana seharusnya fasilitas untuk beribadah haruslah ada. Strategi yang dapat diupayakan adalah berkoordinasi dengan pemerintah pada semua tingkatan untuk mendapatkan perhatian dan bantuan fasilitas mushola. Dengan alasan kemajuan Desa Wisata Kebon Ayu, secara tidak langsung juga akan membawa manfaat dan keuntungan bagi pemerintah daerah.
- c. Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu secara berkelanjutan Sebagai layanan jasa, kepuasan pengguna (pengunjung) adalah nomor utama. Untuk itu tuntutan melakukan inovasi dan kreativitas dalam penyediaan layanan jasa wisata sangat diperlukan. Tidak semua fasilitas penunjang wisata yang diperlukan dapat disediakan sendiri oleh pengelola Desa Wisata Kebon Ayu. Perlu peran dan kontribusi dari banyak pihak untuk pengembangan wisata desa berkelanjutan. Untuk itu upaya membangun jalinan kerjasama dengan pemerintah maupun swasta harus terus dilakukan. Penyelenggaraan kegiatan yang berkolaborasi perlu diinisiasi seperti penyelenggaraan festival kesenian, festival kuliner tradisional dan lain-lain. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan dukungan pemerintah, kegiatan-kegiatan kolaboratif yang diselenggarakan di Desa Wisata Kebon Ayu, akan memberikan dampak semakin dikenal oleh masyarakat luas dan akan berdampak lebih lanjut pada peningkatan jumlah kunjungan wisata.

4. Defensive Strategies (WT)

Defensive strategies bertujuan untuk mengurangi kelemahan yang ada dengan upaya menghindari adanya ancaman yang terjadi. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Memperbaiki dan terus berinovasi meningkatkan pembangunan sarana prasarana yang baik untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan wisatawan Menjaga keutuhan dan melakukan perbaikan terhadap sarana prasarana dapat membuat para wisatawan merasa nyaman bila berkunjung ke Desa Wisata Kebon Ayu. Hal ini menjadikan wisatawan yang sudah pernah mengunjungi merasa ingin berkunjung kembali. Bagi para wisatawan yang belum pernah berkunjung menjadi tertarik untuk berkunjung.
- b. Membuat Ad-art Bumdes sebagai acuan pengelolaan wisata BUMDES Budi Ayu sebagai pengelola Desa Wisata Kebon Ayu bertujuan untuk meningkatkan perekonomian desa, mengoptimalkan aset desa, meningkatkan usaha masyarakat, dan mengembangkan rencana kerja sama usaha antar desa. Oleh karena itu penting untuk menyusun Ad art sebagai pedoman utama untuk para pengelola, pengurus dan anggotanya agar bisa menjalani kehidupan berorganisasi dengan baik dan lancar. Ad ART adalah suatu pedoman yang mengikat untuk semua pengurus dan anggota pada suatu organisasi dalam hal ini BUMDES Budi Ayu dalam mengelola Desa Wisata Kebon Ayu.

PENUTUP

Perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu berbasis SWOT akan memberikan arah strategi yang tepat dan memungkinkan untuk dijalankan. Berdasarkan matriks SWOT Desa Wisata Kebon Ayu yang telah dikaji mendalam, didapatkan beberapa strategi yang dapat diadopsi yang meliputi Competitive Strategies (SO), Diversification Strategies (ST), Overview Strategies (WO) dan Defensive Strategies (WT) maka didapatkan beberapa strategi pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu. Secara garis besar strategi tersebut antara lain: (1) Mengadakan event-event pertunjukan seni dan budaya sebagai daya tarik wisata, (2) Menyediakan penginapan seperti camping ground dengan suasana pedesaan yang memenuhi standar kenyamanan sebagai daya tarik wisata, (3) Mengembangkan branding wisata kuliner khas hasil pertanian desa kebon ayu yang berbeda dengan desa wisata lain, (4) Penyelenggaraan

pelatihan basic service pariwisata dan sistem pembayaran bagi pramusaji pada stand wisata kuliner, (5) Membangun jejaring kerjasama dengan berbagai pihak untuk pengembangan Desa Wisata Kebon Ayu secara berkelanjutan, (7) Membuat Ad-art Bumdes sebagai acuan pengelola wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Adityaji, R. (2018) 'Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya', *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), pp. 19–32. Available at: <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.2188>.

Andriani, D. and Sunarta, I. (2015) 'Pengelolaan Desa Wisata Belimbing Menuju Pariwisata Berkelanjutan Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali', *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 3(1), pp. 17–23.

Arida, I.N.S. (2016) *Dinamika Ekowisata Tri Ning Tri di Bali*. Denpasar: Pustaka Larasan.

Atmoko, T.P.H. (2021) 'Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman', *Media Wisata*, 12(2). Available at: <https://doi.org/10.36276/mws.v12i2.209>.

Birgit, L. (2001) 'Image segmentation: The case of a tourism destination', *Journal of services marketing* [Preprint]. Available at: [https://doi.org/15\(1\), 49 66](https://doi.org/15(1), 49 66). <http://dx.doi.org/abs/10.1108/08876040110381517>.

Delita, F. and Sidauruk, T. (2012) 'Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun', *Jurnal Gepografi*, pp. 42–43. Available at: <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/geo>.

Dewi, P.J.S. et al. (2022) 'Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritik Kabupaten Nganjuk Berbasis Analisis SWOT', *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), pp. 193–203. Available at: <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1370>.

Fortuneidn.com (2022) 50 Desa Wisata Terbaik dari Anugerah Desa Wisata Indonesia 2022. Available at: <https://www.fortuneidn.com/luxury/desy/50-desa-wisata-terbaik-dari-anugerah-desa-wisata-indonesia-2022>.

Hadiwijoyo, S.S. (2012) *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Hari Nalayani, N.N.A. (2016) 'Evaluasi Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Badung, Bali', *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 2(1993), pp. 189–198. Available at: <https://doi.org/10.24843/jumpa.2016.v02.i02.p12>.

Hermawan, H. (2021) 'Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan', *Media Wisata*, 15(1). Available at: <https://doi.org/10.36276/mws.v15i1.57>.

Kompas.com (2021) *Tren Wisata Pascapandemi, Desa Wisata Diyakini Jadi Pandemic Winner*. Available at: <https://travel.kompas.com/read/2021/04/03/080800027/tren-wisata-pascapandemi-desa-wisata-diyakini-jadi-pandemic-winner?page=all>.

Kotler dan Armstrong, G. (2015) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, A. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Ladia, F.H., Afifuddin and Abidin, A.Z. (2019) 'Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Pengembangan Potensi Wisata Teluk Triton Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat', *Jurnal Respon Publik*, 13(2), pp. 7–17.

Putri, R.A.S.I., Sinyor, E.P. and Putr, A.C. (2018) 'Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember', *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*, 3, pp. 173–187.

Rachmat (2014) *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.

Seryasat, Hajari, K. 201. (2013) 'Rural Tourism Development Strategies Using SWOT analysis: Case study', *Life Science Journal [Preprint]*.

Sindonews.com (2020) *Akses Nggak Beres, Desa-Desa Wisata Indonesia Sulit Berkembang*. Available at: <https://ekbis.sindonews.com/read/222138/34/akses-nggak-beres-desa-desa-wisata-indonesia-sulit-berkembang-1604643071>.

Suastika, I.G.Y. and Yasa, I.N.M. (2017) 'Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan

Asli Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Kabupaten/Kota di Provinsi Bali', E-Jurnal EP UNUD, 6, pp. 1332–1362.

Tjiptono, F. (2013) Strategi Pemasaran: Edisi 3. Andi, Yogyakarta.

Utami, V.Y. (2020) 'Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial Dan Norma', Reformasi, 10(1), pp. 34–44. Available at: <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1604>.

Wearing, S.L and Donald, M. (2001) 'The Development of Community Based Tourism: Re-Thinking The Realinship between Tour Operators and Development Agents as intermediaries in rural and isolated area communities', Journal of Sustainable Tourism [Preprint].

Yanti Utami, V. et al. (2022) 'Penerapan Community Based Tourism Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Pemberdayaan Sosial Ekonomi Masyarakat', TheJournalish: Social and Government, 3(3), pp. 219–226. Available at: <http://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/article/view/286>.