

ABSTRACT

This study aims to investigate community-based tourism development strategy following the Covid-19 pandemic, with a case study in Catur Tourism Village, Kintamani, Bangli). This study utilized SWOT analysis with five informants and twenty respondents, and data was collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires. Two types of questionnaires were used, to determine the weights and ratings of each variable. The internal variable questionnaire contained 4A+2A tourism components namely Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary, Agent of Change, and Adaptation. There are 22 internal indicators, with 19 indicators as strengths, and 3 indicators as weaknesses. Meanwhile, there are 8 external variables namely Government, Private, Non-Profit, Academia, Media, Economy, Competition, and Security. There are 15 external indicators, with 12 indicators of opportunities and 3 indicators of threats. The development strategy for Catur Tourism Village is located in Quadrant I, i.e. the Growth position, based on the IFAS and EFAS matrix analyses. The IFAS score is 3.39 and the EFAS score is 3.11. In conjunction with the pentahelix elements, Catur Tourist Village should enhance its attractiveness, accessibility, and facilities in order to achieve the SO plan. ST strategies include increasing competitiveness by utilizing unique attractions (e.g., cultural acculturation and herbal tourism). WO strategies include utilizing existing village funds and applying them to the government for the provision of tourism information center; while WT strategies include collaborating with other tourist villages and tourist destinations in the region to create joint tour packages.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pasca pandemi Covid-19 (studi kasus di Desa Catur, Kintamani, Bangli). Studi dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan melibatkan 5 informan dan 20 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Terdapat dua jenis kuesioner yaitu kuesioner bobot untuk informan dan kuesioner rating untuk responden. Kuesioner variabel internal terdapat 4A+2A yakni Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary, Agent of Change dan Adaptation. Terdapat 22 indikator internal, 19 indikator sebagai kekuatan dan 3 indikator sebagai kelemahan. Sedangkan untuk variabel eksternal terdapat 8 variabel yaitu Pemerintah, Swasta, Nirlaba, Akademisi, Media, Ekonomi, Persaingan dan Keamanan. Terdapat 15 indikator eksternal, dengan 12 indikator peluang dan 3 indikator ancaman. Melalui analisis matriks IFAS dan EFAS mendapatkan hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 3,39 dan EFAS sebesar 3,11 yang berarti Desa Catur Kintamani berada pada kuadran I yaitu posisi Pertumbuhan. Sehingga didapatkan strategi SO antara lain, mempertahankan dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas yang dimiliki Desa Wisata Catur dengan bekerjasama dengan pentahelix. Strategi ST antara lain, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik yang unik (akulturasi budaya dan wisata herbal). Strategi WO antara lain, memanfaatkan dana desa yang ada dan mengajukan permohonan kepada pemerintah terkait pengadaan fasilitas pusat informasi (tourism information center). Dan Strategi WT antara lain, melakukan kerjasama dengan desa wisata dan destinasi wisata lain di wilayah Kintamani dan Bangli untuk membuat paket wisata bersama.