

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the marketing strategy for the tourist attraction of Alas Kedaton Tabanan Bali. The method in this study used purposive sampling involving 10 respondents, with a SWOT analysis technique consisting of an IE matrix, IFAS/EFAS and a SWOT matrix. The types of data in this study are quantitative and qualitative data. The results showed that the total IFAS score was 3.25 and the total EFAS score was 3.34, which means that Alas Kedaton Tabanan Bali is currently in quadrant I, namely the growth position. Alternative marketing strategies that can be applied in the SWOT analysis are maintaining and developing tourism products that are owned, increasing competitiveness by utilizing owned products such as protected forests, religious tourism and animal tourism objects, submitting requests for funding assistance to related parties, both the government and other parties. relating to renovating damaged buildings, as well as collaborating to work with other DTWs to create joint tour packages.

Keywords: Marketing Strategy, Alas Kedaton, SWOT Analysis

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran daya tarik wisata Alas Kedaton Tabanan Bali. Metode dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang melibatkan 10 responden, dengan teknik analisis SWOT yang terdiri dari matriks IE, IFAS/EFAS dan matriks SWOT. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan total skor IFAS dengan nilai 3,25 dan total skor EFAS dengan nilai 3,34 yang berarti yang berarti Alas Kedaton Tabanan Bali pada saat ini berada di kuadran I yaitu posisi pertumbuhan. Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam analisis SWOT yaitu, menjaga dan mengembangkan produk wisata yang dimiliki, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan produk yang dimiliki seperti hutan lindung, wisata religi dan satwa objek wisata, mengajukan permohonan bantuan pendanaan kepada pihak terkait baik pemerintah maupun pihak lain yang berkaitan untuk merenovasi bangunan-bangunan yang rusak, serta melakukan kolaborasi untuk bekerjasama dengan DTW lain untuk membuat paket wisata bersama.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Alas Kedaton, Analisis SWOT