

ABSTRACT

This research was conducted to develop a marketing strategy to increase tourist visits to the Wae Lolos Tourism Village in the West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara Province. This study used a purposive sampling of 15 respondents, and the method of collecting data used observation, interviews, questionnaires, and documentation and used SWOT analysis consisting of IE, IFAS/EFAS, and SWOT matrices. Based on the results study, the results of internal indicators obtained eight indicators of strength and five indicators of weakness. Whereas, the external indicators obtained seven indicators of opportunities and three indicators of threats. Through research on IFAS and EFAS results, an internal total score of 3.196, and an external total score of 2.761. Then, the score obtained is transcribed into the IE matrix to see the position of the Wae Lolos Tourism Village in the Grow and Build position. The strategy applied from the results study is to increase cultural preservation, the role and involvement of local customs, empower the community and increase effective promotion. By using SWOT analysis, SO (Strengths Opportunities), WO (Weaknesses Opportunities), ST (Strengths Threats), and WT (Weaknesses Threats) strategies are obtained to maximize opportunities in order to prevent threats that can disrupt marketing strategies in increasing tourist visits to Wae Lolos Tourism Village, West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara Province and maximize marketing objectives.

Keywords: Marketing Strategy, Tourism Village, Wae Lolos, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa wisata Wae Lolos Kabupaten Manggarai Barat NTT. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan 15 responden dan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuisisioner, dan dokumentasi. Penelitian melibatkan analisis SWOT yang terdiri dari matrik IE, IFAS/EFAS, dan matrik SWOT. Berdasarkan analisis faktor internal, diperoleh 8 indikator kekuatan dan 5 indikator kelemahan, sedangkan dari analisis faktor eksternal diperoleh 7 indikator peluang dan 3 ancaman. Hasil IFAS dan EFAS diperoleh skor internal 3,196, dan skor eksternal yaitu 2,761. Skor yang diperoleh kemudian dijabarkan ke dalam matrik IE sehingga diketahui posisi Desa Wisata Wae Lolos berada pada posisi *Grow and Build*. Strategi yang diterapkan dari hasil dari penelitian adalah meningkatkan upaya pemasaran yang mengedepankan kelestarian budaya, meningkatkan peran dan keterlibatan adat istiadat setempat, pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan promosi yang efektif. Melalui analisis SWOT diperoleh strategi SO, ST, WO, dan WT, sehingga dapat memaksimalkan peluang dan mencegah ancaman dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Wae Lolos Kabupaten Manggarai Barat Provinsi Nusa Tenggara Timur agar dapat menjalankan tujuan pemasaran dengan secara maksimal..

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Desa Wisata, Desa Wae Lolos. Analisis SWOT