

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze and determine strategies that can be used in developing the tourism potential of community-based Munggu Village. This study employs SWOT analysis techniques, involving 30 respondents and 5 informants, and collects data through observation, interviews, questionnaires, and documentation methods. In the internal variable questionnaire, there are 18 indicators obtained from 4A + 2A, namely attraction, accessibility, amenities, ancillary, agent of change, and adaptation. Out of the 18 internal indicators, there are 14 that are strengths and 4 that are weaknesses. In the external variable questionnaire, nine indicators are derived from government regulations, competitors, social and economic factors, culture, threats, and security concerns. Out of the nine external indicators, seven indicate opportunities and three indicate threats. According to the IFAS and EFAS matrix (IE) analysis, the IFAS score is 3.16 and the EFAS score is 3.28. This score places Munggu Tourism Village in quadrant I, which pertains to growth. Thus, several strategies that can be applied in the development of community-based Munggu Village include: improving tourist attractions and facilities available at Munggu Tourism Village without ignoring the policies of the local government and village government (SO); maximizing promotional activities for the attractiveness of Munggu Tourism Village through digital marketing (ST); optimizing kite attractions on Munggu beach so that they are not only found at big festivals (WO); optimizing tour packages by providing affordable prices; and fostering and increasing the role of local tour guides (WT).

**Keywords:** Development Strategy, Tourism Village, Munggu Village, SWOT Analysis, Community-Based Tourism.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menentukan strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan potensi wisata Desa Munggu berbasis masyarakat. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT yang melibatkan 30 responden dan 5 informan dengan metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam Kuesioner variabel internal terdapat 18 indikator yang diperoleh dari 4A+2A yakni *Attraction, Accesibility, Amenities, Ancillary, Agent of Change* dan *Adaptation*. Dari 18 indikator internal tersebut, terdapat 14 indikator yang menjadi kekuatan dan 4 indikator yang menjadi kelemahan. Sedangkan dalam kuesioner variabel eksternal terdapat 9 indikator yang diperoleh dari peraturan pemerintah, pesaing, sosial dan ekonomi, budaya, ancaman dan keamanan. Dari 9 Indikator eksternal tersebut, terdapat 7 indikator sebagai peluang dan 3 indikator yang menjadi ancaman. Berdasarkan analisis matriks (IE) IFAS dan EFAS, diperoleh skor IFAS sebesar 3,16 dan skor EFAS sebesar 3,28. Dari perolehan skor tersebut maka posisi Desa Wisata Munggu berada pada kuadran I yaitu pertumbuhan. Dengan demikian, beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Desa Munggu berbasis masyarakat antara lain: Meningkatkan daya tarik wisata dan fasilitas yang tersedia di Desa Wisata Munggu tanpa mengabaikan kebijakan-kebijakan pemerintah daerah dan pemerintah desa (SO), memaksimalkan kegiatan promosi daya tarik Desa Wisata Munggu melalui *digital marketing* (ST), mengoptimalkan atraksi layang-layang di pantai Munggu agar tidak hanya dijumpai pada festival besar (WO), mengoptimalkan paket wisata dengan memberikan harga yang terjangkau, melakukan pembinaan dan meningkatkan kembali peran pemandu wisata (*guide*) lokal (WT).

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Desa Wisata, Desa Munggu, Analisis SWOT, Pariwisata Berbasis Masyarakat