

## ABSTRACT

*This research was conducted to find out the strategy of developing a tourism village to increase tourist visits in Munggu Tourism Village. This research employs SWOT analysis techniques, gathering data from 15 respondents through observation, interviews, questionnaires, and documentation methods. The internal variable questionnaire includes 4A Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary, each containing 11 indicators, 10 of which are strengths and 1 of which is a weakness. Meanwhile, the external variables include Competition, Government, Community Tourism Culture, Security and Comfort, and Social, each containing 5 indicators, 10 of which are opportunities, and 1 of which is a threat. According to the IFAS and EFAS matrix analysis, Munggu Tourism Village has a score of 3.41 for IFAS and 3.37 for EFAS, indicating a growth position in quadrant I. The SWOT analysis identifies several strategies that can be implemented, including the SO strategy, which aims to enhance the potential of art, culture, and nature, as well as the support of the government and community in the development of tourism. The WO strategy aims to enhance the appeal of cultural tourism and promote unique and distinctive local cuisine, while the government must consistently focus on enhancing safety and comfort. The ST strategy involves expanding and improving existing roads to ensure safe and comfortable travel for tourists. The WT strategy is to prioritize the existence of the Munggu Tourism Village as an alternative for tourists.*

*Keywords: Tourism Village, Development Strategy, SWOT Analysis, IFAS, EFAS*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Munggu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT yang melibatkan 15 responden, dalam pengambilan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Kuesioner variabel internal terdapat 4A *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*, yang memiliki 11 indikator dengan 10 indikator kekuatan dan 1 indikator kelemahan sedangkan variabel eksternal terdapat 5 yang terdiri dari Persaingan, Pemerintahan, Budaya Wisata Masyarakat, Keamanan dan Kenyamanan, dan Sosial dengan total 11 indikator, 10 indikator peluang dan 1 indikator ancaman. Melalui analisis matrik IFAS dan EFAS didapat hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 3,41 dan EFAS sebesar 3,37 yang berarti Desa Wisata Munggu berada pada kuadran I yang berarti posisi pertumbuhan. Analisis SWOT strategi yang dapat diterapkan yaitu, Strategi SO yaitu mengembangkan dan meningkatkan berbagai potensi seni, budaya dan alam, dukungan pemerintah dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata Strategi WO yaitu Meningkatkan daya tarik wisata budaya dan kuliner lokal yang unik dan khas, dan pemerintah harus selalu memperhatikan serta meningkatkan keamanan dan kenyamanan. Strategi ST yaitu memperluas jalan dan memperbaiki jalan yang ada sehingga paling tidak wisatawan dapat melakukan perjalanan dengan aman dan nyaman. Strategi WT yaitu Lebih mengedepankan keberadaan Desa Wisata Munggu sebagai alternatif bagi wisatawan.

Kata Kunci: Desa Wisata, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, IFAS, EFAS