

ABSTRAK

Zahra Latifah (1198010235): “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Budaya Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemerintah Kabupaten Bandung yang berfokus mengembangkan sektor pariwisata dalam program desa wisata, pada tahun 2022 sudah ada 50 desa yang telah terverifikasi, desa cinunuk menjadi salah satu desa wisata yang ditunjuk pada tahun 2011 namun hingga saat ini stagnan di klasifikasi berkembang dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat sekitar akan pengembangan potensi wisata, media promosi tidak dikelola dengan baik, kurangnya peran pemerintah desa, serta kurangnya sumber daya manusia yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dalam proses pengembangannya serta untuk mengidentifikasi strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan desa wisata cinunuk. Teori yang digunakan adalah teori Analisis SWOT (Rangkuti, 2021) yang terdiri dari empat dimensi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threat*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Hasil Penelitian menunjukkan berdasarkan *Matriks Grand Strategy* diketahui bahwa Desa Wisata Cinunuk berada di posisi Kuadran I, maka strategi yang dapat dilakukan adalah kombinasi dari Strategi SO yaitu Memanfaatkan hubungan kemitraan untuk kerjasama memperbaharui paket wisata dan meningkatkan fasilitas homestay, memanfaatkan adanya atraksi di desa wisata cinunuk yang telah mendapat pengakuan dari luar negeri sebagai upaya promosi, serta memanfaatkan partisipasi masyarakat untuk ikut menyelenggarakan suatu event untuk menampilkan atraksi seni budaya Desa Wisata Cinunuk.

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



ABSTRACT

Zahra Latifah (1198010235): “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Budaya Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi”

This research is motivated by the Bandung Regency government which focuses on developing the tourism sector in the tourist village programme, by 2022 there will be 50 villages that have been verified, cinunuk village became one of the designated tourist villages in 2011 but until now it has stagnated in the developing classification due to the lack of awareness of the surrounding community about the development of tourism potential, promotional media is not well managed, the lack of role of the village government, and the lack of existing human resources.

This study aims to determine the internal and external factors in the development process and to identify the right strategy to be applied in the development of Cinunuk Tourism Village. The theory used is the SWOT Analysis theory (Rangkuti, 2021) which consists of four dimensions of Strength, Weakness, Opportunity, Threat. The method used in this research is a case study with a qualitative approach.

The results showed that based on the Grand Strategy Matrix, it is known that Cinunuk Tourism Village is in Quadrant I position, so the strategy that can be carried out is a combination of SO Strategies, namely Utilising partnership relationships for cooperation to renew tour packages and improve homestay facilities, utilising the attractions in Cinunuk Tourism Village that have received recognition from abroad as a promotional effort, and utilising community participation to participate in organising an event to showcase the cultural arts attractions of Cinunuk Tourism Village.

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

