

## ***Community Based Tourism Development Strategy Post Covid-19 (Case Study: Catur Tourism Village, Kintamani, Bangli)***

### **Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Desa Catur, Kintamani, Bangli)**

**Sang Made Widhi Wiguna<sup>1</sup>, I Gusti Bagus Rai Utama<sup>2</sup>, Putu Chris Susanto<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [raiutama@undhirabali.ac.id](mailto:raiutama@undhirabali.ac.id)

#### **Article info**

<p><b>Keywords:</b> Development Strategy, Catur Village, SWOT Analysis, Tourism Village</p>	<p><b>Abstract</b></p> <p><i>This study aims to investigate community-based tourism development strategy following the Covid-19 pandemic, with a case study in Catur Tourism Village, Kintamani, Bangli). This study utilized SWOT analysis with five informants and twenty respondents, and data was collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires. Two types of questionnaires were used, to determine the weights and ratings of each variable. The internal variable questionnaire contained 4A+2A tourism components namely Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary, Agent of Change, and Adaptation. There are 22 internal indicators, with 19 indicators as strengths, and 3 indicators as weaknesses. Meanwhile, there are 8 external variables namely Government, Private, Non-Profit, Academia, Media, Economy, Competition, and Security. There are 15 external indicators, with 12 indicators of opportunities and 3 indicators of threats. The development strategy for Catur Tourism Village is located in Quadrant I, i.e. the Growth position, based on the IFAS and EFAS matrix analyses. The IFAS score is 3.39 and the EFAS score is 3.11. In conjunction with the pentahelix elements, Catur Tourist Village should enhance its attractiveness, accessibility, and facilities in order to achieve the SO plan. ST strategies include increasing competitiveness by utilizing unique attractions (e.g., cultural acculturation and herbal tourism). WO strategies include utilizing existing village funds and applying them to the government for the provision of tourism information center; while WT strategies include collaborating with other tourist villages and tourist destinations in the region to create joint tour packages.</i></p>
<p><b>Kata kunci:</b> Strategi Pengembangan, Desa Catur, Analisis SWOT, Desa Wisata</p>	<p><b>Abstrak</b></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menelaah strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pasca pandemi Covid-19 (studi kasus di Desa Catur, Kintamani, Bangli). Studi dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan melibatkan 5 informan dan 20 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Terdapat dua jenis kuesioner yaitu kuesioner bobot untuk informan dan kuesioner <i>rating</i> untuk responden. Kuesioner variabel internal terdapat 4A+2A yakni <i>Attraction, Accessibility, Amenities,</i></p>

*Ancillary, Agent of Change dan Adaptation.* Terdapat 22 indikator internal, 19 indikator sebagai kekuatan dan 3 indikator sebagai kelemahan. Sedangkan untuk variabel eksternal terdapat 8 variabel yaitu Pemerintah, Swasta, Nirlaba, Akademisi, Media, Ekonomi, Persaingan dan Keamanan. Terdapat 15 indikator eksternal, dengan 12 indikator peluang dan 3 indikator ancaman. Melalui analisis matriks IFAS dan EFAS mendapatkan hasil perhitungan skor untuk IFAS sebesar 3,39 dan EFAS sebesar 3,11 yang berarti Desa Catur Kintamani berada pada kuadran I yaitu posisi Pertumbuhan. Sehingga didapatkan strategi SO antara lain, mempertahankan dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas yang dimiliki Desa Wisata Catur dengan bekerjasama dengan *pentahelix*. Strategi ST antara lain, meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik yang unik (akulturasi budaya dan wisata herbal). Strategi WO antara lain, memanfaatkan dana desa yang ada dan mengajukan permohonan kepada pemerintah terkait pengadaan fasilitas pusat informasi (*tourism information center*). Dan Strategi WT antara lain, melakukan kerjasama dengan desa wisata dan destinasi wisata lain di wilayah Kintamani dan Bangli untuk membuat paket wisata bersama.

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan di Indonesia karena telah memberikan dampak baik untuk masyarakat di antaranya yaitu dalam hal tersedianya lapangan pekerjaan. Sektor pariwisata adalah sektor yang dapat menjadi pengaruh besar dalam perekonomian negara. Pariwisata sangat digalakkan oleh pemerintah karena pariwisata sebagai penyumbang devisa yang besar untuk Indonesia. Di samping itu, masyarakat diharapkan dapat melestarikan kekayaan alam dan hayati supaya tidak mengalami kepunahan, sebagai salah satu potensi daya tarik wisata alam di Indonesia.

Bali dikenal dengan pariwisatanya yang sangat menarik, sehingga sudah tidak asing lagi kata Bali di seluruh dunia. Bali memiliki berbagai destinasi desa wisata dan wisata desa. Desa wisata adalah suatu tempat dengan daya tarik dan potensi yang dimiliki serta dikelola oleh masyarakat di desa itu sendiri. Sedangkan wisata desa dapat diartikan sebagai tempat atau objek wisata yang berada di dalam desa seperti, keindahan alam desa, makanan khas desa, serta potensi lain yang ada di desa. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), di Bali terdapat 134 desa wisata yang terdata, dengan 4 kategori yaitu rintisan, berkembang, maju, dan mandiri.

Bangli merupakan sat-satunya wilayah kabupaten/kota di Bali yang tidak memiliki garis pantai (*landlocked*), sehingga Bangli tidak memiliki potensi wisata pantai. Namun demikian, Bangli mempunyai daerah pariwisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan melalui keindahan alam pegunungan, serta tradisi dan budaya yang masih sangat melekat pada masyarakatnya. Menurut Peraturan Bupati Bangli Nomor 4 Tahun 2018 tentang perubahan ketiga atas Peraturan Bupati Bangli Nomor 16 Tahun 2014 tentang desa wisata di Kabupaten Bangli (2018), terdapat 29 desa wisata yang tersebar di 4 kecamatan di Bangli yakni Bangli, Tembuku, Susut dan Kintamani.

Kecamatan Kintamani memiliki desa wisata terbanyak di Kabupaten Bangli. Dari 48 desa yang ada di Kecamatan Kintamani, 20 diantaranya merupakan desa wisata. Kintamani merupakan kecamatan terluas di Bangli, dengan daya tarik wisata geopark, wisata trekking, wisata kuliner, wisata agro, wisata rekreasi, wisata religi, dan yang lainnya. Desa Catur adalah salah satu desa di Kabupaten Bangli yang memiliki daya tarik wisata

dengan keunggulan dan keunikannya sendiri, yang antara lain meliputi daya tarik wisata alam (*nature*), pertanian (*agro*), budaya (*culture*), dan herbal (Waruwu et al., 2022).

Desa Catur memiliki luas sekitar 7,56 km<sup>2</sup> (746,00 ha) dengan 2.026 penduduk. Daerah ini berada pada ketinggian 1.250 meter di atas permukaan laut dan suhu diantara 18 hingga 20 derajat Celcius. Masyarakat Catur sebagian besar mencari nafkah di pertanian dan peternakan, sementara sebagian kecil bekerja di perdagangan dan industri lainnya. Keunggulan yang dimiliki di Desa Catur sudah sangat beragam. Desa Catur mempunyai objek wisata yang berpotensi diantaranya agro-eduwisata (Andityawan et al., 2021; Susanto et al., 2022), wisata pesona alam (Utama et al., 2021), wisata religi/budaya (Krisnayanthi et al., 2019), dan wisata herbal (Waruwu et al., 2022).

Salah satu produk unggulan dari masyarakat Desa Catur adalah kopi arabika Kintamani Bali. Tidak hanya dengan hasil pertanian dan peternakan saja, keindahan alam Desa Catur juga tidak kalah menarik dengan adanya air terjun, jalur trekking perkebunan kopi, dan bunga gemitir (Wulandari et al., 2018). Potensi tanaman herbal yang dikelola hingga menghasilkan suatu produk oleh Kelompok Wanita Tani Desa Catur yang dikembangkan dengan baik, menjadi sarana kesehatan, pendidikan, daya tarik wisata dan sumber ekonomi bagi masyarakat (Erfiani et al., 2021). Kemudian wisata religi Kongco dan Pura yang saling berdampingan di Desa Catur membuktikan bahwa mempunyai keunikan akulturasi dari dua budaya yaitu Hindu dan Budha Tionghoa (Winaja et al., 2019). Dengan adanya potensi hasil alam, pesona alam, dan akulturasi budaya, maka pengembangan Desa Catur ditetapkan sebagai Desa Wisata dalam Peraturan Bupati Nomor 4 Tahun 2018, bahkan sudah diakui oleh Gubernur Bali sebagai Juara II Desa Wisata tahun 2019 dalam penganugerahan *Desa Wisata Award* bagi desa wisata yang berprestasi.

Desa Catur dalam standar desa wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (rintisan, berkembang, maju dan mandiri) berada dalam status berkembang (Saputra, 2020). Penelitian ini memilih Desa Catur menjadi studi kasus karena Desa Catur yang memiliki banyak potensi tetapi belum dikelola dengan optimal. *Tourism Information Center* (TIC) belum tersedia. Hal tersebut disebabkan karena sumber daya manusia yang masih sedikit untuk pengelolaan Desa Wisata Catur, sehingga *controlling* terhadap wisatawan belum diperhatikan.

Pandemi Covid-19 dan pemulihan pasca pandemi menjadi hal yang harus diperhatikan masyarakat Desa Catur. Masyarakat harus beradaptasi terhadap kebiasaan baru pasca pandemi. Demikian pula, pengembangan strategi pariwisata pasca pandemi di Desa Catur harus memperhatikan dan beradaptasi dengan hal-hal baru terkait CHSE yaitu kebersihan (*cleanliness*), protokol kesehatan (*health*), keselamatan (*safety*) dan kelestarian lingkungan (*environmental sustainability*) (Utama et al., 2022). Desa Catur belum mendapatkan sertifikat CHSE, yang merupakan bentuk jaminan kepada wisatawan bahwa destinasi wisata yang dikunjungi sudah menerapkan protokol kesehatan. Banyaknya wisatawan yang berkunjung sebelum pandemi, tentunya dijadikan acuan oleh masyarakat agar melakukan pembenahan terhadap potensi yang dimiliki supaya Desa Catur pulih kembali dan terus berkembang. Karenanya, penulis tertarik mengangkat penelitian dengan topik strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat pasca pandemi Covid-19 dengan studi kasus di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Catur, Kintamani, Bangli, dengan menggunakan dua variabel yaitu internal dan eksternal. Pada variabel internal terdapat 4A+2A yakni *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, *Ancillary*, *Agent of Change* dan

*Adaptation* (Utama et al., 2021). Sedangkan untuk variabel eksternal terdapat 8 variabel yaitu Pemerintah, Swasta, Nirlaba, Akademisi, Media, Ekonomi, Persaingan dan Keamanan (Maturbongs & Lekatompessy, 2020). Jenis data yang dipakai bersifat kuantitatif dan kualitatif dengan sumber data berupa data primer (observasi, wawancara, kuesioner) dan data sekunder (peneliti atau instansi lain).

*Purposive Sampling* merupakan metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Artinya peneliti mempunyai pertimbangan untuk menetapkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitiannya dalam menggunakan teknik pengambilan sampel. Ada dua jenis sampel dalam penelitian ini yaitu sampel penentuan bobot untuk 5 informan dan sampel pemberian *rating* untuk 20 responden. Kemudian untuk pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Menggunakan teknik analisis SWOT yang terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap pengumpulan data (IFAS dan EFAS), tahap analisis (matriks IE dan matriks SWOT), dan tahap rekomendasi pengambilan keputusan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil dari penyebaran kuesioner bobot pada 5 informan dan kuesioner *rating* pada 20 responden diperoleh penilaian dari masing-masing indikator. Indikator internal sebagai kekuatan dan kelemahan, sedangkan indikator eksternal sebagai peluang dan ancaman pada Desa Catur Kintamani, Bangli pasca pandemi Covid-19.

#### 1. Kekuatan dan Kelemahan

Indikator yang berkategori kekuatan berjumlah 19, dan 3 indikator dikategorikan sebagai kelemahan. Kekuatan yang dominan di Desa Wisata Catur yaitu mempunyai daya tarik tersendiri seperti *agro-edutourism* (wisata edukasi pertanian), wisata dan produk-produk herbal, wisata alam air terjun serta wisata religi yang dikemas dengan akulturasi budaya. Kemudian akses menuju desa wisata tergolong bagus dan mudah dijangkau, serta terdapat petunjuk arah ke objek-objek wisata yang ada di Desa Wisata Catur. Kekuatan selanjutnya yaitu terdapat fasilitas berupa penginapan, toilet, tempat parkir dan tempat pertemuan yang memadai. Adanya keterlibatan dukungan kelembagaan seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pemerintah Desa Dinas, Pemerintah Desa Adat dan *guide* lokal yang memandu wisatawan. Kemudian masyarakat sudah mampu beradaptasi terhadap kebiasaan baru terutama beradaptasi terhadap CHSE, kebersihan (*cleanliness*), protokol kesehatan (*health*), keselamatan (*safety*) dan kelestarian lingkungan (*environmental sustainability*). Sedangkan 3 kelemahan dari Desa Wisata Catur yaitu terdapat pada indikator fasilitas seperti pusat informasi (*tourism information center*), tempat makanan dan minuman, serta perilaku masyarakat belum mampu sepenuhnya untuk mengubah perilaku mereka sehingga, kurangnya sumber daya manusia yang diperlukan.

#### 2. Peluang dan Ancaman

Terdapat 3 indikator ancaman yakni persaingan antara pesaing *existing* (desa wisata lain), ancaman pendatang baru, dan ancaman substitusi (destinasi wisata selain desa wisata). Sedangkan terdapat 12 indikator peluang yaitu dukungan Pemerintah seperti Pemerintah Kabupaten, Provinsi dan Pusat, Peraturan Pemerintah berupa peresmian desa wisata, dukungan perusahaan swasta yang berkaitan seperti travel agent dalam

mendatangkan wisatawan, dukungan pihak nirlaba atau NGO (*non-governmental organization*), dukungan akademisi dari Universitas Dhyana Pura, Universitas Udayana, Universitas Warmadewa, dan yang lainnya. Kemudian peluang selanjutnya yaitu dukungan dari media yang membantu mempublikasikan dan mempromosikan Desa Wisata Catur. Tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar luar Desa Catur, terdapat tinggi/rendahnya daya tawar pembeli dan pemasok, keamanan wisatawan yang terjamin, bebas dari penyakit Covid-19 dan penyakit endemi lainnya serta aman dari terjadinya potensi bencana alam.

### 3. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Berdasarkan perhitungan Nilai IFAS (Internal Factor Analysis Summary) di atas didapatkan hasil sebesar 3,39. Angka tersebut dapat menunjukkan bahwa Desa Wisata Catur berada pada posisi kuat dan dapat meningkatkan daya tarik agar banyak wisatawan yang datang untuk berkunjung.

### 4. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Berdasarkan perhitungan nilai EFAS (External Factor Analysis Summary) diatas didapat hasil sebesar 3,11. Pada angka tersebut menunjukkan bahwa posisi Desa Wisata Catur memiliki peluang yang besar dalam meningkatkan daya saing.

### 5. Matriks Internal Eksternal (IE)



Gambar 1. Matriks Internal Eksternal (IE)

Berdasarkan Gambar 1. dapat diketahui bahwa posisi Desa Wisata Catur berada pada Kuadran I yaitu Pertumbuhan. Pada Kuadran ini, strategi yang diterapkan adalah Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*) yaitu pertumbuhan itu sendiri yang didalamnya terdapat penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang dan depan, serta integrasi horizontal.

### 6. Analisis SWOT



Indikator-Indikator internal yang menghasilkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan indikator-indikator eksternal yang menghasilkan peluang dan ancaman. Pada Tabel 4.7 terdapat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Desa Wisata Catur, diperoleh dari matriks SWOT berikut

Tabel 2. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>Strength(S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Agro-edutourism</i></li> <li>2. Wisata dan Produk-produk herbal</li> <li>3. Wisata alam</li> <li>4. Akulturasi budaya</li> <li>5. Akses menuju desa wisata</li> <li>6. Akses di desa wisata</li> <li>7. Petunjuk arah objek wisata</li> <li>8. Penginapan</li> <li>9. Toilet</li> <li>10. Tempat Parkir</li> <li>11. Tempat Pertemuan</li> <li>12. Kelompok Sadar Wisata</li> <li>13. <i>Guide</i> lokal</li> <li>14. Pemerintah Desa Dinas</li> <li>15. Pemerintah Desa Adat</li> <li>16. Adaptasi kebiasaan baru pasca Covid-19 terkait kebersihan</li> <li>17. Adaptasi kebiasaan baru pasca Covid-19 terkait kesehatan</li> <li>18. Adaptasi kebiasaan baru pasca Covid-19 terkait keselamatan</li> <li>19. Adaptasi kebiasaan baru pasca Covid-19 terkait kelestarian lingkungan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pusat informasi (<i>tourism information center</i>) belum memadai</li> <li>2. Kurangnya Tempat makanan dan minuman untuk wisatawan</li> <li>3. Perilaku masyarakat lokal yang kurang kesadaran mengenai pengelolaan sampah dan kebersihan area publik serta kurangnya pemanfaatan hasil pertanian.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunity (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dukungan Pemerintah</li> <li>2. Peraturan Pemerintah</li> <li>3. Dukungan perusahaan swasta yang berkaitan</li> <li>4. Dukungan pihak NGO</li> <li>5. Dukungan akademisi</li> <li>6. Dukungan media</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas yang dimiliki Desa Wisata Catur dengan bekerja sama dengan <i>pentahelix</i></li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan dana desa yang ada dan mengajukan permohonan kepada pemerintah terkait pengadaan fasilitas</li> </ol>

7. Lapangan Pekerjaan 8. Daya tawar Pemasok 9. Daya tawar pembeli 10. Keamanan wisatawan 11. Covid-19 dan penyakit endemi lain 12. Bencana alam	2. Berinovasi untuk mengembangkan produk-produk olahan hasil pertanian baik kopi, jeruk, hortikultura maupun tanaman herbal 3. Memaksimalkan <i>digital marketing</i> dalam mempromosikan dan memasarkan Desa Wisata Catur	Pusat informasi ( <i>tourism information center</i> ) 2. Meningkatkan tempat makanan dan minuman yang memanfaatkan hasil produk-produk dari dalam desa 3. Memanfaatkan dukungan akademisi dalam melakukan sosialisasi terhadap masyarakat terkait pengembangan desa wisata, agar terbentuk SDM yang berkompeten dalam bidang pariwisata
<b>Threat (T)</b> 1. Persaingan antara pesaing <i>existing</i> 2. Ancaman pendatang baru 3. Ancaman substitusi	<b>Strategi ST</b> 1. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik yang unik (akulturasi budaya dan wisata herbal) 2. Mengoptimalkan peran kelembagaan di dalam desa untuk pengelolaan desa wisata	<b>Strategi WT</b> 1. Melakukan kerjasama dengan desa wisata dan destinasi wisata lain di wilayah Kintamani dan Bangli untuk membuat paket wisata bersama 2. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman di sekitar desa Catur

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis strategi SO, WO, ST, WT, maka dapat diperoleh dalam pengembangan Desa Wisata Catur, Kintamani, Bangli yaitu:

### 1. Strategi SO

- Mempertahankan dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas yang dimiliki Desa Wisata Catur dengan bekerja sama dengan *pentahelix*.
- Berinovasi untuk mengembangkan produk-produk olahan hasil pertanian baik kopi, jeruk, hortikultura maupun tanaman herbal.
- Memaksimalkan *digital marketing* dalam mempromosikan dan memasarkan Desa Wisata Catur.

### 2. Strategi ST

- Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik yang unik (akulturasi budaya dan wisata herbal).
- Mengoptimalkan peran kelembagaan di dalam desa untuk pengelolaan desa wisata.

### 3. Strategi WO

- a. Memanfaatkan dana desa yang ada dan mengajukan permohonan kepada pemerintah terkait pengadaan fasilitas pusat informasi (*tourism information center*).
- b. Meningkatkan tempat makanan dan minuman yang memanfaatkan hasil produk-produk dari dalam desa seperti produk tanaman herbal, kopi, jeruk, hortikultura dan yang lainnya.
- c. Memanfaatkan *pentahelix* seperti dukungan akademisi dalam melakukan sosialisasi terhadap masyarakat terkait pengembangan desa wisata, agar terbentuk SDM yang berkompeten dalam bidang pariwisata.

#### 4. Strategi WT

- a. Melakukan kerjasama dengan desa wisata dan destinasi wisata lain di wilayah Kintamani dan Bangli untuk membuat paket wisata bersama.
- b. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman di sekitar desa Catur.

Hasil dari strategi SO, WO, ST, WT merupakan bentuk studi lebih lanjut terhadap pengembangan Desa Wisata di Desa Catur. Penelitian ini mendukung dan merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya antara lain oleh Susanto et al. (2022) yang lebih memfokuskan pada inisiasi Desa Wisata Catur sebagai destinasi wisata edukasi, oleh Utama et al. (2021) memfokuskan tentang pemetaan potensi desa wisata herbal, serta oleh Saputra (2020) yang memfokuskan pada pelibatan masyarakat. Bercermin dari penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini bersifat melanjutkan tentang hal yang telah diteliti sebelumnya, sehingga didapatkan strategi pengembangan Desa Wisata Catur secara menyeluruh, terutama pasca pandemi Covid-19 dalam strategi SO, WO, ST, dan WT.

## SIMPULAN

Berdasarkan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat pasca pandemi Covid-19 di Desa Catur, Kintamani, Bangli, maka dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapat kesimpulan untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu: posisi melalui matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh skor IFAS sebesar 3,39 dan untuk skor EFAS sebesar 3,11 dimana dapat diketahui posisi Desa Wisata Catur berada di kuadran I yang berarti posisi Pertumbuhan. Adapun strategi yang digunakan untuk pengembangan desa wisata berbasis masyarakat pasca pandemi Covid-19 di Desa Catur, Kintamani, Bangli yaitu sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan meningkatkan daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas yang dimiliki Desa Wisata Catur dengan bekerja sama dengan *pentahelix*.
2. Berinovasi untuk mengembangkan produk-produk olahan hasil pertanian baik kopi, jeruk, hortikultura maupun tanaman herbal.
3. Memaksimalkan *digital marketing* dalam mempromosikan dan memasarkan Desa Wisata Catur.
4. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan daya tarik yang unik (akulturasi budaya dan wisata herbal).
5. Mengoptimalkan peran kelembagaan di dalam desa untuk pengelolaan desa wisata.
6. Memanfaatkan dana desa yang ada dan mengajukan permohonan kepada pemerintah terkait pengadaan fasilitas pusat informasi (*tourism information center*).
7. Meningkatkan tempat makanan dan minuman yang memanfaatkan hasil produk-produk dari dalam desa seperti produk tanaman herbal, kopi, jeruk, hortikultura dan yang lainnya.



8. Memanfaatkan *pentahelix* seperti dukungan akademisi dalam melakukan sosialisasi terhadap masyarakat terkait pengembangan desa wisata, agar terbentuk SDM yang berkompeten dalam bidang pariwisata.
9. Melakukan kerjasama dengan desa wisata dan destinasi wisata lain di wilayah Kintamani dan Bangli untuk membuat paket wisata bersama.
10. Bekerjasama dengan penyedia makanan dan minuman di sekitar desa Catur.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andityawan, I. M., Krisnayanthi, N. L. P. Y., Susila, I. K. E. W., Adiada, A. A. K., Anugerah, D. Z., & Susanto, P. C. (2021). Single Origin Edu-Trekking: Pengembangan Wisata Edukasi Berbasis Kopi Gelombang Ketiga Melalui Social Influencers di Catur Kintamani. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 4(1), Article 1. [https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para\\_dharma/article/view/1355](https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para_dharma/article/view/1355)
- Erfiani, N. M. D., Susanto, P. C., Darmawijaya, I. P., & Lestari, P. I. (2021). Empowering Women And Fostering Green Entrepreneurship Through Herbal Product Development In Catur Kintamani. *Proceeding of International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 0, Article 0. <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/ICFBE/article/view/1377>
- Kabupaten Bangli. (2018). *PERBUP Kab. Bangli No. 4 Tahun 2018 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Bupati Bangli Nomor 16 Tahun 2014 Tentang Desa Wisata Di Kabupaten Bangli [JDIH BPK RI]*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/88483/perbup-kab-bangli-no-4-tahun-2018>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Tren Industri Pariwisata 2021*. Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.go.id/pustaka/Buku-Tren-Pariwisata-2021>
- Krisnayanthi, N. L. P. Y., Erfiani, N. M. D., & Susanto, P. C. (2019). The Myth of Prayer Etiquette at Pebini Temple in Catur Kintamani: Structure, Meaning, and Social Function. *KnE Social Sciences*, 3(10). <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3936>
- Maturbongs, E. E., & Lekatompessy, R. L. (2020). Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Merauke. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 55–63. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i1.866>
- Saputra, I. G. G. (2020). Studi Pelibatan Masyarakat Lokal Dalam Pengemasan Produk Desa Wisata Catur Kintamani Bali. *Jurnal Kepariwisataan*, 19(1), Article 1. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.406>
- Susanto, P. C., Anugerah, D., Utama, I., & Suyasa, N. (2022). Initiation of a Rural Edutourism Destination in Bali Indonesia based on SWOT Analysis | International Journal of Social Science and Education Research Studies. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 2(2), 50–60.
- Utama, I. G. B. R., Erfiani, N. M. D., Wuruwu, D., Susanto, P. C., Darmawijaya, I. P., & Trimurti, C. P. (2022). Implementation of Tourism Management Concept in Herbal Tourism Village as Alternative Tourism Business in the New Normal Era. *Technium Business and Management*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.47577/business.v2i1.6065>
- Utama, I. G. B. R. U., Susanto, P. C., Trimurti, C. P., & Darmawijaya, I. P. (2021). Model Pemetaan Potensi Desa Wisata Herbal: Studi Kasus Di Desa Catur, Kecamatan

- Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. In *Policy Brief Pemulihan Ekonomi Provinsi Bali Berbasis Riset Kebencanaan: Ideathon Bali Kembali* (pp. 49–55). Badan Nasional Penanggulangan Bencana. [//perpustakaan.bnppb.go.id%2Fbulian%2Findex.php%3Fp%3Dshow\\_detail%26id%3D2037](https://perpustakaan.bnppb.go.id%2Fbulian%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D2037)
- Waruwu, D., Erfiani, N. M. D., Susanto, P. C., Darmawijaya, I. P., Trimurti, C. P., & Utama, I. G. B. R. (2022). Exploring Herbal Tourism Potentials of Tourism Village: Case Study in Catur, Kintamani, Bangli, Bali, Indonesia. In *Res Militaris* (Vol. 12, Issue 2, pp. 375–386).
- Winaja, I., Prabawa, I., & Pertiwi, P. (2019). Acculturation and Its Effects on the Religious and Ethnic Values of Bali's Catur Village Community. *Journal of Social Studies Education Research*, 10(3), 249–275.
- Wulandari, M., Susanto, P. C., Andityawan, I. M., Sinlae, J. B., Wiryadikara, R. P., & Adiada, A. A. K. (2018). PENDAMPINGAN KELOMPOK SADAR WISATA DESA CATUR KINTAMANI MENUJU DESA WISATA YANG KEKINIAN. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)*, 0(0), Article 0. <https://doi.org/10.36002/sptk.v0i0.459>