



Strategi Pengembangan Desa Wisata Tajen Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) Desa Tajen Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan

Gusti Agung Ayu Sri Agung Candra Swari *

I Dewa Ayu Putri Wirantari

Ni Putu Anik Prabawati

Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Udayana

* Correspondence: chandraswarii.94@gmail.com



Abstract

Regional tourism development contributes to the improvement of village economies and regional value by optimizing natural and cultural attractions through the development of tourism villages. This study aims to determine the optimal strategy for developing Tajen Tourism Village to increase Village Original Income (PADes) in Penebel Subdistrict, Tabanan Regency. The research method used is descriptive qualitative. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using Wheelen's (2000) Strategic Management theory and Freddy Rangkuti's SWOT analysis. The results show that strategic management is implemented through the stages of environmental review, formulation, implementation, and evaluation of strategies. In its implementation, several problems were found, namely limited promotion, low community empowerment, minimal budget, and lack of accessibility and infrastructure. SWOT analysis revealed that Tajen Village has strengths and opportunities for development, especially the support from the Community-Based Tourism Group (POKDARWIS) and educational institutions in increasing community empowerment, utilizing natural potential, and optimizing social media as a means of promotion. The weaknesses and threats can be used as evaluation material for sustainable development in the future.

Keywords: Tajen Tourism Village, Village Original Income (PADes), Strategic Management, Community Empowerment,

Abstrak

Pembangunan pariwisata daerah berkontribusi pada peningkatan ekonomi desa dan nilai daerah dengan optimalisasi daya tarik alam dan budaya melalui pengembangan desa wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi optimal dalam pengembangan Desa Wisata Tajen guna meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan..Metode penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi, dan dianalisis menggunakan teori Manajemen Strategi menurut Wheelen (2000) serta analisis SWOT oleh Freddy Rangkuti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen strategi dilakukan melalui tahap peninjauan lingkungan, formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. Dalam pengimplementasiannya, ditemukan beberapa permasalahan yaitu adanya keterbatasan promosi, rendahnya pemberdayaan masyarakat, minimnya anggaran, serta kurangnya aksesibilitas dan infrastruktur Analisis SWOT mengungkapkan bahwa Desa Tajen memiliki kekuatan dan peluang untuk dikembangkan, terutama adanya dukungan dari kelompok sadar wisata (POKDARWIS) maupun institusi pendidikan dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat, pemanfaatan potensi alam serta optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi. Adapun kelemahan dan ancaman dapat dijadikan bahan evaluasi untuk pengembangan berkelanjutan di masa depan.

Kata Kunci: Desa Wisata Tajen, Pendapatan Asli Desa (PADes), Manajemen Strategis, Pemberdayaan Masyarakat.

I. Pendahuluan

Pariwisata kerap diposisikan sebagai pengungkit pembangunan ekonomi sekaligus wahana pemberdayaan sosial–budaya di tingkat lokal, terlebih ketika pengelolaan dilakukan melalui pendekatan desa wisata yang menekankan keterlibatan komunitas, keelokan lanskap pedesaan, serta kekhasan kuliner dan tradisi setempat. Dalam kerangka kebijakan nasional, arah pembangunan daerah

dimandatkan untuk memajukan potensi lokal secara berkelanjutan—sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional—sehingga desa memiliki ruang strategis untuk merancang inisiatif berbasis keunikan wilayahnya sendiri. (Indonesia, 2004). Dalam cakupan kepariwisataan daerah, Peraturan Daerah Kabupaten Tabanan No. 4 Tahun 2013 menekankan pengembangan destinasi dengan memperhatikan keanekaragaman alam, kekhasan budaya, industri wisata yang mendukung, pemasaran, dan penguatan kelembagaan agar tercipta sinergi antarpemangku kepentingan. (Tabanan, 2013).

Berangkat dari fondasi kebijakan tersebut, Desa Tajen di Kecamatan Penebel ditetapkan sebagai desa wisata melalui Keputusan Bupati Tabanan Nomor 180/226/03/HK&HAM/2017. (Tabanan, 2017). Inisiasi pengembangan dilakukan sejak 2017 dengan memanfaatkan potensi ekowisata pertanian, jalur *trekking* dan *cycling*, serta kuliner khas yang kemudian terkristalisasi pada pembukaan “Kafe 6000” dan penguatan Warung D’Uma sebagai etalase produk lokal.. Dinamika pengembangan ini sempat tertahan akibat pandemi 2020; namun sejak 2021, aktivitas kembali digiatkan melalui penataan atraksi dan penguatan promosi berbasis digital.

Kinerja kunjungan wisatawan memperlihatkan pola fluktuatif yang sekaligus merefleksikan fase penyesuaian pasca-pandemi serta efektivitas intervensi promosi. Pada 2022, kunjungan tercatat sekitar 18.500 wisatawan ($\pm 22\%$), meningkat signifikan pada 2023 menjadi ± 44.600 ($\pm 53\%$), lalu kembali turun pada 2024 menjadi ± 20.000 ($\pm 25\%$). Perubahan ini berkelindan dengan intensitas pemasaran digital yang mulai terbangun, keterlibatan masyarakat, dan prioritas perbaikan infrastruktur pada 2024 yang untuk sementara mengalihkan fokus dari ekspansi atraksi ke pemantapan daya dukung fisik. Dalam perspektif keuangan desa, Pendapatan Asli Desa (PADes) Desa Tajen juga menunjukkan dinamika mencolok: realisasi PADes 2022 mencapai Rp10.062.000 dari anggaran Rp12.400.000 ($\pm 81\%$); 2023 naik tajam menjadi Rp31.303.000 dari anggaran Rp31.952.455 ($\pm 98\%$); sedangkan 2024 menurun drastis menjadi Rp194.000 dari anggaran Rp7.194.000 ($\pm 3\%$). Fluktusi tersebut menandakan bahwa meskipun ekosistem wisata di Tajen telah mampu menghasilkan dampak fiskal positif, ketahanan kinerja masih rentan terhadap variabel pemasaran, kapasitas layanan, dan kesiapan infrastruktur.

Secara kelembagaan, pengelolaan Desa Wisata Tajen ditopang oleh sinergi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). BUMDES mengarahkan aspek bisnis dan pengelolaan pendapatan—termasuk integrasi dengan unit usaha lain (simpan pinjam, waserda, layanan pembayaran)—sementara POKDARWIS berfungsi sebagai motor penggerak partisipasi masyarakat, penjamin pelestarian lingkungan, dan penguatan kualitas layanan di lini operasional harian destinasi. Pada tataran praksis, pendapatan dari unit kuliner dan aktivitas wisata dikelola BUMDES dengan skema pemotongan pajak sebelum dibukukan sebagai PADes, sedangkan POKDARWIS mengoordinasikan pelibatan warga, pembinaan pelayanan, dan jejaring promosi berbasis media sosial dan website desa wisata.

Namun, proses penguatan Desa Wisata Tajen tidak bebas dari tantangan. Terdapat empat simpul problem utama yang perlu diatasi agar lintasan kinerja PADes terjaga: keterbatasan promosi (kompetensi pengelolaan media sosial yang belum merata), pemberdayaan masyarakat yang rendah (berimbang pada kualitas layanan dan pengalaman pengunjung), keterbatasan anggaran penunjang (memengaruhi kecepatan peningkatan fasilitas dan SDM), serta aksesibilitas dan infrastruktur yang belum memadai (jalan berlubang, lahan parkir terbatas, kapasitas tempat duduk yang belum sejalan dengan lonjakan kunjungan). Tantangan tersebut jika dibiarkan akan berimplikasi pada penurunan minat kunjungan, melemahnya reputasi destinasi, dan akhirnya kontraksi PADes. Oleh karena itu, diperlukan kerangka strategi yang tidak sekadar reaktif, melainkan juga proaktif, terukur, dan berkelanjutan untuk menstabilkan—bahkan meningkatkan—kontribusi pariwisata terhadap keuangan desa dan kesejahteraan warga.

Secara teoretik, penelitian ini berpijak pada manajemen strategis yang menempatkan perencanaan jangka panjang sebagai instrumen untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemindaian lingkungan, perumusan, implementasi, serta evaluasi dan kendali (Wheelen, 2000; Wheelen & Hunger, 2012). Keempat tahap tersebut relevan untuk konteks Desa Wisata Tajen karena menuntut proses analisis

terstruktur atas faktor internal (sumber daya manusia, keuangan, budaya dan struktur organisasi) serta eksternal (regulasi, teknologi, kondisi pasar, pesaing) yang memengaruhi performa destinasi. (Wheelen & Hunger, 2012). menyederhanakan perumusan opsi kebijakan, analisis SWOT digunakan guna memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Rangkuti, 2006). Di Tajen, kekuatan utama berakar pada potensi alam dan kuliner khas, dukungan kelembagaan antara pemerintah desa–BUMDES–POKDARWIS, serta minat pasar terhadap pengalaman “desa autentik”; sedangkan kelemahan menyangkut kapasitas layanan dan promosi digital. Peluang terletak pada pengembangan UMKM (kuliner, hasil pertanian, kerajinan) dan *bundling* paket wisata lintas destinasi; sementara ancaman muncul dari desa wisata sejenis yang telah mapan dan memiliki jejaring promosi serta fasilitas lebih unggul.

Penguatan strategi promosi merupakan prasyarat untuk mengakselerasi visibilitas dan *market reach*, mengingat performa kunjungan terbukti sensitif terhadap intensitas pemasaran digital. Pengelolaan kanal *Instagram* dan *website* desa wisata—yang sudah mulai berjalan—perlu ditransformasikan menjadi *content engine* yang konsisten, informatif, dan mengedepankan pengalaman unik (kelas memasak “Laklak Pisang”, *trekking* persawahan, *one-day trip* yang menghubungkan monumen Puputan Margarana–kuliner Tajen–relaksasi Yeh Panes), sehingga membangun *brand recall* sekaligus memperluas pasar. Pada saat bersamaan, standar layanan front-line mesti ditingkatkan melalui pelatihan rutin dan pendampingan operasional—yang dalam beberapa kesempatan telah dibantu oleh institusi pendidikan (Politeknik Pariwisata)—agar waktu tunggu, keramahan, dan kebersihan memenuhi ekspektasi wisatawan.

Dalam perspektif ekonomi lokal, desa wisata sejatinya berfungsi sebagai *platform* untuk memonetisasi potensi dan memperluas mata pencaharian warga. Skema konsinyasi hasil pertanian di area kuliner, pelebaran ruang bagi pelaku UMKM (Warung D’Uma, Uma Ayu, Uma Mesari, Uma Drink, D’Uma Cening, Mie Suka-Suka), dan pembukaan peluang *homestay* berkonsep *live-in* menjadi instrumen konkret yang mengalirkan manfaat ekonomi langsung ke rumah tangga desa. Integrasi kegiatan tersebut dengan sistem pengelolaan BUMDES—meliputi pencatatan, pelaporan, serta tata kelola retribusi dan pajak—memastikan akuntabilitas sekaligus memperkuat PADes secara berkesinambungan.

Relevansi ilmiah studi ini muncul dari kesenjangan antara potensi yang besar dan performa fiskal yang belum stabil. Secara empirik, 2023 menunjukkan bukti bahwa ketika promosi dan partisipasi masyarakat meningkat, realisasi PADes dapat mendekati target anggaran; tetapi 2024 mengingatkan bahwa tanpa kapasitas layanan dan infrastruktur memadai, momentum ekonomi sulit dipertahankan. Di titik ini, pendekatan manajemen strategis menawarkan *roadmap* yang memungkinkan desa memadukan analisis lingkungan dengan kebijakan operasional yang adaptif—misalnya memprioritaskan strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang) melalui paket wisata berkelanjutan yang menggabungkan ekowisata pertanian, kuliner, dan pengalaman budaya, sekaligus menjaga prinsip Tri Hita Karana agar keseimbangan hubungan manusia–Tuhan, manusia–sesama, dan manusia–lingkungan tetap terpelihara.

Dari sudut pandang kontribusi praktis, penelitian ini memberikan implikasi kebijakan yang operasional bagi pemerintah desa, BUMDES, dan POKDARWIS: (i) penataan ulang prioritas anggaran untuk fasilitas dasar (akses jalan, penunjuk arah, parkir, tempat duduk), (ii) pembakuan SOP layanan kuliner dan *homestay* dengan indikator mutu yang terukur, (iii) *content strategy* promosi digital yang terintegrasi dan dikelola oleh tim khusus dengan *dashboard* kinerja (jangkauan, keterlibatan, konversi kunjungan), serta (iv) mekanisme umpan balik berbasis ulasan media sosial dan survei *on-site* sebagai basis evaluasi berkala. Secara teoretik, studi ini menguji penerapan tahapan manajemen strategis (pemindaian lingkungan–formulasi–implementasi–evaluasi) dan analisis SWOT dalam konteks desa wisata, memperkaya bukti bahwa instrumen strategi korporat dapat diadaptasi untuk pengelolaan destinasi berbasis komunitas. (Wheelen & Hunger, 2012; Rangkuti, 2006).

Rumusan masalah yang melandasi riset ini—“bagaimana strategi pengembangan Desa Wisata Tajen dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes)?”—diletakkan secara eksplisit untuk menghindari bias programatik dan menuntun pemilihan unit analisis yang mencakup proses manajerial, kapasitas kelembagaan, pengalaman wisatawan, serta *value chain* UMKM lokal. Tujuan penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang paling relevan dan layak diterapkan berdasarkan

kondisi nyata Desa Tajen, sekaligus menyusun rekomendasi implementasi yang bertumpu pada kolaborasi multipihak dan penguatan kapasitas komunitas sebagai inti keberlanjutan destinasi.

Pada akhirnya, pendahuluan ini menegaskan konteks, urgensi, dan arah penelitian: Desa Wisata Tajen memiliki modal sosial-ekologis yang kuat, struktur kelembagaan yang sudah terbentuk, dan contoh dampak fiskal yang nyata; namun keberlanjutannya bergantung pada kemampuan desa meramu strategi promosi yang efektif, peningkatan mutu layanan berbasis pemberdayaan, penataan infrastruktur yang proporsional, serta tata kelola pendapatan yang akuntabel. Dengan menempatkan manajemen strategis dan analisis SWOT sebagai lensa analitik, studi ini berupaya menyusun langkah kebijakan yang terukur agar pariwisata tidak sekadar menjadi etalase keindahan pedesaan, melainkan juga mesin pertumbuhan PADes yang inklusif, resilien, dan berkesinambungan bagi masyarakat Desa Tajen. (Wheelen, 2000; Rangkuti, 2006; Indonesia, 2004; Tabanan, 2013; Tabanan, 2017).

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena pengembangan Desa Wisata Tajen dalam meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual terhadap dinamika sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang melengkapi proses pengelolaan desa wisata. Sebagaimana dinyatakan oleh Nasution (2023), metode kualitatif menekankan pada makna, proses, dan interaksi sosial yang terjadi di lapangan, sehingga relevan untuk mengkaji strategi pengembangan berbasis komunitas.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang berfokus pada pengumpulan data berupa kata-kata, narasi, dan dokumentasi, bukan angka. Analisis dilakukan dengan menekankan keterkaitan antara fenomena empiris dan teori manajemen strategis serta analisis SWOT. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan desa wisata, serta merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi riil di lapangan (Abdussamad, 2021).

Penelitian dilaksanakan di Desa Wisata Tajen, yang berlokasi di Jl. Merpati, Desa Tajen, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Pemilihan lokasi didasarkan pada status Desa Tajen sebagai desa wisata yang telah ditetapkan melalui Keputusan Bupati Tabanan Nomor 180/226/03/HK&HAM/2017, serta potensi alam dan budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung terhadap aktivitas pengelolaan desa wisata, serta dokumentasi lapangan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan subjek secara sengaja berdasarkan kriteria relevansi terhadap fokus penelitian. Informan utama meliputi Perbekel Desa Tajen, Ketua BUMDES, pengurus POKDARWIS, pelaku UMKM, dan masyarakat lokal. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah desa, laporan keuangan (LPJ), peraturan daerah, serta literatur akademik terkait pengembangan desa wisata dan manajemen strategis (Fiantika et al., 2022; Ramli & Kartini, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama:

1. Observasi partisipatif, untuk mengamati secara langsung kondisi fisik desa wisata, fasilitas pendukung, serta interaksi antara pengelola dan pengunjung.
2. Wawancara semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengeksplorasi informasi mendalam terkait strategi pengembangan, kendala, dan

peluang. Wawancara dilakukan kepada informan yang telah ditentukan, dengan pedoman yang disusun berdasarkan indikator manajemen strategis (Wheelen & Hunger, 2012).

3. Dokumentasi, berupa pengumpulan data dari arsip desa, laporan keuangan, foto kegiatan, dan konten media sosial resmi Desa Wisata Tajen.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, dalam Fiantika et al., 2022). Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan, mengelompokkan berdasarkan tema, dan menghilangkan data yang tidak mendukung fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang mengintegrasikan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, dengan mengaitkan temuan lapangan pada kerangka teori manajemen strategis dan analisis SWOT. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan dan dokumen pendukung untuk memastikan konsistensi dan keakuratan.

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang dilengkapi tabel dan gambar pendukung, seperti matriks SWOT, diagram kunjungan wisatawan, dan data keuangan PADes. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi aktual Desa Wisata Tajen serta strategi pengembangan yang diimplementasikan.

III. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini mengungkap dinamika pengelolaan Desa Wisata Tajen dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) melalui penerapan tahapan manajemen strategis yang meliputi peninjauan lingkungan, formulasi strategi, implementasi, serta evaluasi dan pengendalian. Temuan lapangan diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen resmi, yang kemudian diintegrasikan dengan kerangka teori Wheelen (2000) dan analisis SWOT menurut Rangkuti (2006).

1. Peninjauan Lingkungan

Tahap awal pengembangan Desa Wisata Tajen didorong oleh kesadaran akan potensi lokal berupa keindahan alam, sistem pertanian, dan kuliner tradisional seperti “Laklak Pisang”. Potensi ini menjadi kekuatan internal yang mendorong pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai wadah partisipasi masyarakat. Kolaborasi antara pemerintah desa, BUMDES, dan POKDARWIS menciptakan sinergi dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis komunitas. Namun, analisis juga menunjukkan kelemahan signifikan berupa keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang terampil, minimnya promosi digital, dan infrastruktur yang belum memadai. Dari sisi eksternal, peluang muncul melalui pengembangan UMKM dan dukungan institusi pendidikan seperti Politeknik Pariwisata, sedangkan ancaman berasal dari persaingan dengan desa wisata serupa yang telah lebih mapan (Wheelen & Hunger, 2012).

2. Formulasi Strategi

Strategi pengembangan dirumuskan berdasarkan visi Desa Tajen, yaitu “Menuju Desa Tajen Maju dan Mandiri”, yang diwujudkan melalui misi penggerakan ekonomi rakyat dengan mengoptimalkan BUMDES dan konsep Tri Hita Karana. Fokus pengembangan diarahkan pada sektor kuliner melalui Warung D’Uma dan Kafe 6000 sebagai daya tarik utama. Strategi ini dipilih karena dinilai mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan PADes dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, pengelola merencanakan pengembangan atraksi

tambahan seperti paket wisata *trekking*, *cycling*, dan wisata spiritual, meskipun implementasinya masih terbatas akibat kendala anggaran dan infrastruktur (Ramli & Kartini, 2022).

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi dilakukan melalui pembagian peran yang jelas antara BUMDES dan POKDARWIS. BUMDES bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan dan operasional bisnis, sedangkan POKDARWIS fokus pada pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Upaya peningkatan kapasitas SDM dilakukan melalui pelatihan yang melibatkan Politeknik Pariwisata, mencakup standar pelayanan, manajemen homestay, pengelolaan sampah, dan penentuan harga produk. Selain itu, pengelola mulai memanfaatkan media digital untuk promosi melalui Instagram dan website resmi desa wisata. Namun, keterbatasan kompetensi digital masih menjadi hambatan dalam optimalisasi pemasaran (Fiantika et al., 2022).

4. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dilakukan secara berkala melalui rapat koordinasi antara pemerintah desa, BUMDES, dan POKDARWIS, dengan memanfaatkan umpan balik dari pengunjung melalui ulasan di Google Maps dan media sosial. Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi jumlah kunjungan wisatawan dan realisasi PADes. Data menunjukkan bahwa pada 2023, PADes mencapai Rp31.303.000 (98% dari target), seiring dengan peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 53%. Namun, pada 2024 terjadi penurunan drastis menjadi Rp194.000 (3% dari target), yang disebabkan oleh fokus pembangunan infrastruktur dan kurangnya promosi. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi adaptif yang mengintegrasikan penguatan promosi digital, inovasi atraksi, dan peningkatan kualitas layanan untuk menjaga keberlanjutan kinerja desa wisata (Wheelen, 2000; Rangkuti, 2006).

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan berupa potensi alam, keberagaman kuliner, dan sinergi kelembagaan; kelemahan berupa keterbatasan infrastruktur, rendahnya pemberdayaan masyarakat, dan anggaran terbatas; peluang berupa pengembangan UMKM dan kolaborasi dengan pihak eksternal; serta ancaman berupa persaingan dengan desa wisata lain. Berdasarkan analisis ini, strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (Strength–Opportunity), yaitu memanfaatkan potensi lokal untuk mengembangkan paket wisata terpadu dan memperkuat promosi digital. Strategi WO (Weakness–Opportunity) diarahkan pada pelatihan rutin dan pengembangan pemasaran berbasis teknologi, sedangkan strategi ST (Strength–Threat) menekankan inovasi atraksi untuk meningkatkan daya saing. Strategi WT (Weakness–Threat) difokuskan pada keterbukaan terhadap kritik dan kolaborasi dengan pihak swasta untuk memperkuat kapasitas pengelolaan (Rangkuti, 2006).

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan Desa Wisata Tajen dapat meningkatkan pendapatan asli desa (PADes) melalui pemanfaatan potensi yang dimiliki Desa Tajen. proses manajemen strategi yang dilakukan mencakup beberapa tahapan, diantaranya peninjauan lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan peninjauan. Analisis ini mendukung perumusan program yang nantinya mendukung

kesuksesan pengembangan desa wisata yang berkelanjutan dalam mencapai peningkatan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

1. Peninjauan lingkungan, proses ini terbagi menjadi analisis lingkungan internal dan eksternal. Kekuatan yang dimiliki berasal dari potensi desa meliputi wilayah pertanian yang masih banyak, lingkungan yang masih terjaga keasriannya serta adanya keberagaman kuliner khas Desa Tajen. Potensi ini menjadi peluang bagi desa untuk mengembangkan agrowisata. Selain itu, keberadaan POKDARWIS menjadi jembatan penting antara potensi desa dengan pasar wisata. Kolaborasi yang erat antara POKDARWIS, BUMDES, dan pemerintah desa menciptakan model pengelolaan wisata yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal. Kelemahan dalam pengembangan desa wisata diantaranya, keterbatasan akomodasi dan infrastruktur, sosialisasi dan pemasaran belum optimal, pemberdayaan masyarakat rendah, anggaran penunjang terbatas. Peluang eksternal utama pengembangan desa wisata berasal dari pengembangan UMKM masyarakat lokal untuk menghasilkan produk inovatif dan menarik. Dalam pengembangan desa wisata terdapat ancaman yaitu pesaing yang menawarkan destinasi serupa dan tren pariwisata yang dinamis mengakibatkan sulitnya bertahan di pasar yang kompetitif.
2. Formulasi strategi pengembangan desa wisata berdasarkan dengan visi dan misi Desa Tajen, diantaranya menciptakan Desa Tajen yang maju dan mandiri melalui penggerakan ekonomi rakyat dengan mengoptimalkan BUMDES sebagai salah satu pilar utama. Desa tajen juga berupaya mengembangkan potensi desa berdasarkan konsep Tri Hita Karana. Pihak desa bersama BUMDES dan POKDARWIS membangun sinergi dalam pengembangan desa wisata. Sejauh ini dalam pengembangan desa wisata, pengelola berfokus pada bidang kuliner, memperkenalkan makanan khas dan hasil perkebunan milik masyarakat lokal melalui Warung D'Uma dan Cafe 6000, yang dianggap memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung.
3. Implementasi strategi dalam pengelolaan Desa Wisata Tajen menunjukkan bahwa keberhasilan proses ini tergantung pada keterlibatan masyarakat lokal, kualitas SDM, strategi pemasaran dan infrastruktur yang memadai. Salah satu upaya yang telah dilakukan yaitu melalui kolaborasi bersama Politeknik Pariwisata dalam memberikan pelatihan kepada anggota POKDARWIS dan pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan pengelola usaha. Nantinya akan berpengaruh pada daya saing dan kualitas desa wisata serta peningkatan kepuasan pengunjung.
4. Proses evaluasi dan peninjauan bertujuan memastikan bahwa program yang dilaksanakan mencapai tujuan yang ditetapkan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. salah satu cara efektif untuk mencapainya adalah melalui ulasan di media sosial dengan melibatkan masyarakat dan pengunjung, pengelola dapat memastikan bahwa program dan fasilitas yang ada memberikan kepuasan serta manfaat bagi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Desa Wisata Tajen Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) Desa Tajen Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan, terdapat sejumlah saran yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Pemerintah Desa Tajen diharapkan selalu memberikan dukungan strategis terhadap pengembangan Desa Wisata, tidak hanya dalam penyertaan anggaran, namun juga dalam

- segi penguatan regulasi pendukung yang mengatur pembagian peran dan fungsi bagi pengelola. Menjembatani kerjasama antara pihak Desa Tajen dengan Dinas Pariwisata maupun pihak swasta guna mendukung pengembangan fasilitas maupun atraksi atau kegiatan tambahan yang mendukung peningkatan daya tarik wisata Desa Wisata Tajen.
2. Bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) diharapkan untuk menjaga sinergi dalam mengelola Desa Wisata Tajen dan terus melakukan inovasi dan pengembangan usaha digital dengan mengembangkan paket wisata terintegrasi berbasis online dan memasarkan produk UMKM, dibarengi profesionalisasi manajemen melalui penerapan SOP pariwisata. Rekomendasi yang mungkin dapat menjadi acuan berikutnya yaitu menciptakan program “live-in experience” semacam program yang memberikan pengalaman langsung kehidupan sehari-hari masyarakat lokal, yang tentunya memerlukan partisipasi masyarakat langsung. Program ini dapat meliputi aktivitas harian petani, kelas memasak makanan tradisional, maupun pemanfaatan wisata spiritualisme untuk meningkatkan daya tarik desa wisata.
 3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan lingkup penelitian, yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui mengeksplorasi dampak sosial-ekologis pariwisata berkelanjutan melalui metode penelitian partisipatif dapat menghasilkan wawasan yang lebih dalam tentang kebutuhan dan aspirasi masyarakat atau model bisnis kolaboratif untuk program lanjutan yang dapat memberikan wawasan berharga untuk manajemen pariwisata yang efektif.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, M. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fiantika, D., Sari, N. P., & Wulandari, A. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 14(2), 112–125.
- Indonesia. (2004). *Undang-Undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Nasution, S. (2023). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramli, M., & Kartini, D. (2022). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Tri Hita Karana. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 45–60.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tabanan. (2013). *Peraturan Daerah Kabupaten Tabanan No. 4 Tahun 2013 tentang Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Tabanan: Pemerintah Kabupaten Tabanan.
- Tabanan. (2017). *Keputusan Bupati Tabanan Nomor 180/226/03/HK&HAM/2017 tentang Penetapan Desa Tajen sebagai Desa Wisata*. Tabanan: Pemerintah Kabupaten Tabanan.
- Wheelen, T. L. (2000). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.