

PEREMAJAAN STRATEGI PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS PERKOTAAN MELALUI ANALISIS SWOT-QSPM DAN SIKLUS HIDUP KAWASAN PARIWISATA: STUDI PADA KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN

Rebecca Qisthy Miza Zalidar Ahsan^{1*}, Ni Ketut Arismayanti¹, Natasha Erinda Putri Moniaga¹

¹Program Studi Pariwisata Program Magister, Universitas Udayana, Denpasar, Indonesia

*Email Corresponding Author: ahsan.24032@student.unud.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata berbasis komunitas perkotaan rentan mengalami stagnasi akibat drift strategis. Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ), Kota Malang, menghadapi penurunan kunjungan wisatawan di tengah pemulihan pariwisata regional, yang mengindikasikan ketidaksesuaian strategi pengelolaan dengan dinamika eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peremajaan destinasi dengan mengintegrasikan Tourism Area Life Cycle (TALC), analisis SWOT, dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Menggunakan pendekatan studi kasus kombinasi kualitatif-kuantitatif, data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan dalam pentaheliks. Analisis matriks IFAS, EFAS, SWOT, dan QSPM menunjukkan bahwa KWJ berada pada posisi strategis yang menguntungkan, namun secara empiris menunjukkan karakteristik fase stagnasi. Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah reposisi KWJ sebagai destinasi experiential tourism melalui penguatan digital branding, storytelling transformasi kampung, serta pengemasan agenda komunitas sebagai atraksi tahunan. KWJ memiliki potensi peremajaan yang kuat berbasis modal sosial, didukung oleh tata kelola yang adaptif dan kolaboratif. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji efektivitas implementasi strategi secara longitudinal.

Kata kunci: Pariwisata Berbasis Komunitas; *Tourism Area Life Cycle*; Peremajaan Strategis; Kampung Warna-Warni Jodipan

ABSTRACT

Urban community-based tourism has emerged as a sustainable development strategy, yet it remains vulnerable to stagnation due to strategic drift. Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ), Malang City, faces a paradox: declining tourist visits despite regional tourism recovery, indicating a misalignment between destination management strategies and external environmental dynamics. This study aims to formulate a destination rejuvenation strategy by integrating the Tourism Area Life Cycle (TALC), SWOT analysis, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). A case study design with a mixed qualitative-quantitative approach was employed. Primary data were collected through field observation and in-depth interviews with key informants selected via purposive sampling, representing government, academics, destination managers, the private sector, and the media. Data were analyzed using IFAS, EFAS, SWOT, and QSPM matrices, interpreted within the TALC framework. Findings reveal that KWJ occupies a favorable strategic position but empirically exhibits characteristics of the stagnation stage in the destination life cycle. The selected priority strategy is the repositioning of KWJ as an experiential tourism destination through strengthened digital branding, community-transformation storytelling, and packaging community activities as annual attractions. The study concludes that KWJ holds strong rejuvenation potential, grounded in community social capital and contingent upon adaptive and collaborative governance reform. Future research is recommended to examine the longitudinal effectiveness of strategy implementation in similar destinations.

Keywords: Community-Based Urban Tourism; *Tourism Area Life Cycle*; Strategic Rejuvenation; Kampung Warna-Warni Jodipan

History Article

Submitted 11 July 2026 | Revised 18 July 2026 | Accepted 31 July 2026

License and Copyright

Attribution-NonCommercial-ShareAlike
International CC BY-NC-SA 4.0

4.0



Website

<https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JUPARITA/index>

Email

juparita@bukitpengharapan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Selama dekade terakhir, pariwisata perkotaan (*urban tourism*) berkembang menjadi salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, revitalisasi kawasan, serta peningkatan daya saing kota (Jackson, 2025; Wardhani, 2012). Pergeseran preferensi wisatawan dari wisata massal menuju pengalaman yang lebih autentik mendorong banyak kota untuk mengembangkan destinasi berbasis komunitas (*community-based urban tourism*), yaitu destinasi yang memanfaatkan identitas lokal, kreativitas masyarakat, dan karakter ruang perkotaan sebagai daya tarik utama (Agustina et al., 2025). Perkembangan tersebut sejalan dengan tren global yang menempatkan *community-based tourism* (CBT) sebagai salah satu strategi utama untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui pemberdayaan masyarakat, konservasi sumber daya lokal (Habiba & Yeasmin, 2023; Page & Duignan, 2023), serta penciptaan manfaat ekonomi yang lebih inklusif. Kajian bibliometrik terbaru menunjukkan bahwa penelitian CBT dalam beberapa tahun terakhir semakin berorientasi pada isu resiliensi pascapandemi, partisipasi pemangku kepentingan, tata kelola kolaboratif, serta keberlanjutan destinasi sebagai agenda riset utama (Krittayaruangroj dkk., 2023; Nguyen & Nguyen, 2026).

Walau begitu, berbagai penelitian mutakhir menunjukkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama setelah pandemi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) (Suharsono et al., 2021). Perubahan perilaku wisatawan, meningkatnya persaingan antardestinas, percepatan transformasi digital, serta meningkatnya ekspektasi terhadap kualitas pengalaman wisata menuntut setiap destinasi untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, konsep *destination resilience* dan *adaptive destination management* menjadi semakin penting karena keberhasilan destinasi tidak lagi hanya ditentukan oleh keunggulan atraksi wisata, tetapi juga oleh kemampuan organisasi destinasi untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, menghindari *institutional lock-ins*, serta membangun tata kelola yang adaptif dan berkelanjutan (Buzási & Csizovszky, 2023).

Indonesia merupakan salah satu negara yang secara aktif mengembangkan pariwisata berbasis komunitas sebagai bagian dari strategi pembangunan wilayah dan pemberdayaan masyarakat. Berbagai kampung wisata yang tumbuh di kawasan perkotaan menunjukkan bahwa transformasi lingkungan permukiman menjadi destinasi wisata dapat meningkatkan kualitas lingkungan, memperluas peluang ekonomi masyarakat, serta membangun identitas kota yang lebih kompetitif (Hapzi et al., 2024; Susanto & Ridwan, 2025). Salah satu contoh yang paling dikenal adalah Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ) di Kota Malang. Transformasi kawasan bantaran Sungai Brantas yang sebelumnya dikenal sebagai permukiman kumuh menjadi destinasi wisata kreatif berhasil menarik perhatian publik melalui pendekatan revitalisasi visual berbasis seni mural dan pewarnaan permukiman. Keberhasilan tersebut menjadikan KWJ sebagai salah satu ikon wisata perkotaan di Indonesia sekaligus contoh implementasi *community-based urban tourism* yang banyak direplikasi di berbagai daerah.

Namun demikian, keberhasilan awal tersebut tidak menjamin keberlanjutan kinerja destinasi. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa KWJ menghadapi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang disertai menurunnya kualitas estetika kawasan akibat pudarnya warna bangunan, terbatasnya pemeliharaan infrastruktur, lemahnya pengelolaan lingkungan, serta menurunnya efektivitas kolaborasi antarpemangku kepentingan (Fidelista et al., 2023; I. K. Putri et al., 2021). Kondisi tersebut terjadi bersamaan dengan melemahnya kemampuan masyarakat dalam melakukan revitalisasi kawasan akibat berkurangnya pendapatan dari sektor pariwisata. Situasi seperti itu menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi KWJ tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik destinasi, tetapi juga mencakup kapasitas tata kelola, keberlanjutan ekonomi masyarakat, serta kemampuan kelembagaan lokal dalam merespons perubahan lingkungan secara adaptif (Qomariansyah et al., 2023).

Fenomena tersebut menjadi semakin menarik karena terjadi di tengah tren pemulihan sektor pariwisata di Kota Malang. Data menunjukkan bahwa aktivitas pariwisata kota secara umum mengalami peningkatan pascapandemi, namun pertumbuhan tersebut tidak diikuti oleh

peningkatan kunjungan ke KWJ (I. K. Putri et al., 2021). Dengan kata lain, pertumbuhan pariwisata regional tidak secara otomatis menghasilkan peningkatan kinerja destinasi wisata berbasis komunitas. Kondisi ini memperlihatkan adanya suatu *tourism performance paradox*, yaitu situasi ketika lingkungan pasar menunjukkan peluang pertumbuhan yang positif, tetapi destinasi individual justru mengalami stagnasi bahkan penurunan kinerja. Paradoks tersebut mengindikasikan bahwa persoalan utama kemungkinan tidak terletak pada sisi permintaan, melainkan pada ketidaksesuaian strategi pengelolaan destinasi dengan dinamika lingkungan eksternal yang terus berubah.

Meskipun kajian mengenai CBT dan pariwisata berkelanjutan berkembang sangat pesat, sebagian besar penelitian masih berfokus pada faktor keberhasilan destinasi, pemberdayaan masyarakat, tata kelola kolaboratif, serta dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari aktivitas pariwisata. Di sisi lain, studi yang menggunakan SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) umumnya berhenti pada tahap formulasi strategi pengembangan destinasi (Mallick et al., 2020) tanpa secara eksplisit menjelaskan bagaimana strategi tersebut digunakan untuk memulihkan destinasi yang telah memasuki fase stagnasi atau penurunan. Padahal, kajian bibliometrik terbaru menunjukkan bahwa salah satu agenda penelitian CBT yang masih terbuka adalah pengembangan kerangka konseptual yang mampu menjelaskan adaptasi strategis dan ketahanan destinasi dalam menghadapi perubahan lingkungan pascapandemi (Krittayaruangroj et al., 2023).

Keterbatasan tersebut menjadi semakin nyata pada destinasi wisata perkotaan yang berkembang melalui transformasi ruang berbasis komunitas. Berbeda dengan destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik relatif stabil, destinasi wisata kreatif perkotaan sangat bergantung pada kebaruan pengalaman, kualitas visual kawasan, kreativitas komunitas, serta kemampuan pengelola dalam merespons perubahan preferensi wisatawan. Ketika inovasi berhenti, kualitas lingkungan menurun, dan pola pengelolaan tidak lagi berkembang seiring dinamika pasar, keunggulan kompetitif destinasi akan mengalami erosi secara bertahap. Dengan demikian, persoalan utama yang dihadapi bukan semata-mata penurunan jumlah wisatawan, melainkan menurunnya kemampuan destinasi untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan strategis.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui konsep *strategic drift*, yaitu kondisi ketika strategi yang sebelumnya mampu menghasilkan keberhasilan secara perlahan kehilangan relevansinya karena organisasi gagal menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal (Al-Hadrawi & Rajeh Jawad, 2019; Harmon, 2022). Dalam konteks destinasi wisata berbasis komunitas, *strategic drift* tidak selalu muncul dalam bentuk krisis yang tiba-tiba, tetapi berkembang secara gradual melalui menurunnya kualitas atraksi, melemahnya inovasi produk wisata, berkurangnya partisipasi masyarakat, dan semakin rendahnya efektivitas kolaborasi antarpemangku kepentingan. Oleh karena itu, paradoks yang ditemukan pada Kampung Warna-Warni Jodipan menunjukkan bahwa penurunan kinerja destinasi tidak dapat dijelaskan hanya melalui faktor permintaan wisata, melainkan lebih mencerminkan ketidaksesuaian antara strategi pengelolaan yang dijalankan dengan perubahan karakteristik pasar dan lingkungan persaingan.

Perspektif tersebut selanjutnya diperkuat oleh *Tourism Area Life Cycle* (TALC) yang menjelaskan bahwa setiap destinasi wisata akan mengalami tahapan eksplorasi, keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, hingga penurunan (*decline*) atau peremajaan (*rejuvenation*) (Butler, 2024; Dodds & Holmes, 2024). Relevansi TALC masih sangat kuat dalam menjelaskan dinamika destinasi wisata kontemporer. Bahkan, berbagai kajian terbaru menegaskan bahwa konsep *rejuvenation* merupakan elemen penting dalam TALC karena memungkinkan suatu destinasi mengubah arah perkembangannya melalui inovasi, reposisi pasar, investasi baru, dan pembaruan tata kelola. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih menggunakan TALC sebagai alat untuk mengklasifikasikan fase perkembangan destinasi dan belum mengintegrasikannya dengan instrumen pengambilan keputusan strategis yang mampu menghasilkan prioritas tindakan secara operasional (Butler, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengajukan pendekatan yang mengintegrasikan *Tourism Area Life Cycle* dengan SWOT–QSPM sebagai kerangka *strategic rejuvenation* bagi destinasi wisata berbasis komunitas perkotaan. Dalam pendekatan ini, TALC digunakan untuk

menjelaskan posisi perkembangan destinasi dan urgensi perlunya peremajaan (Uysal et al., 2023), sedangkan SWOT berfungsi sebagai instrumen diagnosis terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja destinasi (Navarro-Martínez et al., 2020). Selanjutnya, QSPM digunakan untuk mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif sehingga dapat ditentukan strategi prioritas yang paling layak untuk diimplementasikan (Haekal, 2022; Suartini et al., 2024). Integrasi tersebut memungkinkan proses pengambilan keputusan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga memberikan dasar yang sistematis untuk menentukan arah transformasi destinasi menuju fase peremajaan yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja Kampung Warna-Warni Jodipan, mengidentifikasi posisi strategis destinasi dalam perspektif *Tourism Area Life Cycle*, serta merumuskan prioritas strategi peremajaan destinasi melalui integrasi analisis SWOT dan QSPM. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya menghasilkan rekomendasi strategis bagi pengelolaan Kampung Warna-Warni Jodipan, tetapi juga memperkaya literatur mengenai pengelolaan CBT melalui pengembangan kerangka *strategic rejuvenation* yang menghubungkan dinamika siklus hidup destinasi dengan proses formulasi strategi berbasis bukti (Aydin & Aksöz, 2024).

Secara konseptual, penelitian ini memberikan kontribusi minimal tiga terhadap pengembangan ilmu manajemen pariwisata. Pertama, penelitian ini memperluas penerapan TALC dari sekadar kerangka deskriptif menjadi dasar analitis dalam merumuskan strategi peremajaan destinasi. Kedua, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena stagnasi destinasi wisata berbasis komunitas lebih tepat dipahami sebagai konsekuensi dari *strategic drift*, sehingga penurunan kinerja tidak semata-mata dipicu oleh melemahnya permintaan wisata, tetapi juga oleh ketidakmampuan organisasi untuk beradaptasi secara strategis terhadap perubahan lingkungan. Ketiga, penelitian ini menawarkan pendekatan integratif yang menghubungkan diagnosis strategis (SWOT), penentuan prioritas keputusan (QSPM), dan perspektif siklus hidup destinasi (TALC) dalam satu kerangka konseptual yang dapat direplikasi pada berbagai destinasi wisata berbasis komunitas perkotaan yang menghadapi tantangan serupa.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Community-Based Tourism* dan Pariwisata Perkotaan

Community-based tourism (CBT) merupakan pendekatan pengembangan wisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan menikmati manfaat wisata. CBT adalah instrumen pemberdayaan masyarakat yang memadukan pelestarian sumber daya lokal dengan penciptaan manfaat ekonomi yang inklusif (Habiba & Yeasmin, 2023). Dalam konteks perkotaan, CBT berkembang menjadi *community-based urban tourism* yang memanfaatkan identitas lokal dan kreativitas masyarakat sebagai daya tarik utama sekaligus berkontribusi pada revitalisasi kawasan dan peningkatan daya saing kota (Jackson, 2025; Wardhani, 2012). Kajian bibliometrik terbaru menunjukkan bahwa penelitian CBT semakin berorientasi pada isu resiliensi pascapandemi, tata kelola kolaboratif, serta keberlanjutan destinasi (Krittayaruangroj et al., 2023; Nguyen & Nguyen, 2026).

Model modal sosial berjejaring (*networked social capital*) menjelaskan peran jaringan antaraktor dalam membentuk kapasitas kolektif destinasi wisata perkotaan berbasis komunitas, namun terbatas pada dimensi relasional dan belum menyertakan instrumen pengambilan keputusan strategis yang dapat dioperasionalkan (Vongvisitsin et al., 2024). Adaptasi strategi menjadi kunci keberlanjutan destinasi pascapandemi, meski kajian tersebut tidak menyediakan kerangka sistematis untuk menentukan prioritas strategi secara kuantitatif (Suharsono et al., 2021). Transformasi permukiman menjadi destinasi wisata berbasis komunitas mampu memperluas kesempatan ekonomi masyarakat, tetapi tidak membahas secara memadai bagaimana destinasi yang telah memasuki fase stagnasi dapat diremajakan (Hapzi et al., 2024; Susanto & Ridwan, 2025). Keterbatasan itulah yang menjadi salah satu argumen dalam penelitian ini untuk mengembangkan kerangka peremajaan strategis berbasis bukti.

2.2. *Tourism Area Life Cycle (TALC)*

Tourism Area Life Cycle (TALC) yang dikemukakan oleh Butler (2024) menjelaskan bahwa setiap destinasi wisata akan mengalami tahapan eksplorasi, keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, hingga penurunan (*decline*) atau peremajaan (*rejuvenation*). Konsep *rejuvenation* merupakan elemen paling penting dalam TALC karena memungkinkan destinasi mengubah arah perkembangannya melalui inovasi, reposisi pasar, dan pembaruan tata kelola (Aydın & Aksöz, 2024). Fase stagnasi berdampak negatif terhadap kualitas hidup masyarakat lokal (Uysal et al., 2023). Wisatawan berpengalaman cenderung memilih destinasi yang lebih autentik dan berkelanjutan (Dodds & Holmes, 2024). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian berbasis TALC masih berfokus pada klasifikasi fase perkembangan destinasi dan belum mengintegrasikannya dengan instrumen pengambilan keputusan strategis yang mampu menghasilkan prioritas tindakan secara operasional (Butler, 2024). Keterbatasan inilah yang menjadi celah penelitian yang diisi oleh kajian ini.

2.3. *Strategic Drift dan Stagnasi Destinasi*

Strategic drift merujuk pada kondisi ketika strategi yang sebelumnya berhasil secara bertahap kehilangan relevansinya karena organisasi gagal menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal (Al-Hadrawi & Rajeh Jawad, 2019; Harmon, 2022). Dalam konteks destinasi wisata berbasis komunitas, *strategic drift* berkembang secara gradual melalui menurunnya kualitas atraksi, melemahnya inovasi produk, berkurangnya partisipasi masyarakat, dan semakin rendahnya efektivitas kolaborasi antarpemangku kepentingan. Keberhasilan destinasi tidak hanya ditentukan oleh keunggulan atraksi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi untuk menghindari *institutional lock-ins* dan membangun tata kelola yang adaptif (Buzási & Csizovszky, 2023). Fidelista dkk. (2023) dan S.A. Putri dkk. (2023) mengkaji kondisi Kampung Warna-Warni Jodipan dan menemukan penurunan kunjungan disertai degradasi estetika kawasan serta melemahnya kolaborasi antarpemangku kepentingan, sedangkan Qomariansyah dkk. (2023) mengidentifikasi bahwa tantangan utama KWJ menyangkut kapasitas tata kelola dan kemampuan kelembagaan lokal. Ketiga penelitian tersebut memberikan deskripsi empiris yang komprehensif, namun tidak menyediakan kerangka analisis strategis untuk merumuskan dan memprioritaskan strategi pemulihan secara sistematis.

2.4. *Analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

Analisis SWOT merupakan instrumen diagnosis strategis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi suatu destinasi (Navarro-Martínez et al., 2020). *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* merupakan instrumen lanjutan yang mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif berdasarkan nilai daya tarik relatif (*Attractiveness Score*) dari setiap strategi terhadap faktor-faktor kritis yang telah diidentifikasi (F. R. David & David Forest R., 2017). Integrasi SWOT dan QSPM dalam pengembangan ekowisata menghasilkan rekomendasi yang lebih teroperasionalisasi dibandingkan dengan SWOT secara tunggal (Mallick et al., 2020). Suartini dkk. (2024) mengonfirmasi bahwa QSPM menghasilkan strategi prioritas yang lebih objektif dan terukur karena melibatkan penilaian oleh panel pakar. Meskipun demikian, kajian yang menggunakan SWOT-QSPM umumnya berhenti pada tahap formulasi strategi pengembangan tanpa mengaitkannya dengan posisi destinasi dalam siklus hidupnya. Penelitian yang mengintegrasikan SWOT-QSPM dengan perspektif TALC untuk tujuan peremajaan destinasi yang sedang stagnan masih sangat terbatas dalam literatur manajemen pariwisata, dan inilah kontribusi utama kajian ini.

2.5. *Posisi dan Kebaruan Penelitian*

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, terdapat tiga celah utama yang menjadi landasan kebaruan penelitian ini. Pertama, penelitian tentang CBT perkotaan yang mengalami stagnasi belum dilengkapi dengan kerangka analitis yang dapat menghasilkan strategi peremajaan secara sistematis. Kedua, penggunaan TALC dalam literatur pariwisata masih didominasi oleh fungsi klasifikasi fase dan belum diintegrasikan dengan instrumen pengambilan keputusan strategis seperti SWOT-QSPM (Krittayaruangroj et al., 2023). Ketiga, konsep *strategic drift* belum banyak diterapkan secara eksplisit dalam kajian destinasi wisata berbasis komunitas perkotaan, padahal konsep ini mampu menjelaskan akar permasalahan stagnasi dengan lebih tepat dibandingkan sekadar mengacu pada melemahnya permintaan wisata. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menawarkan pendekatan integratif yang menghubungkan diagnosis strategis (SWOT-IFAS-EFAS), penentuan prioritas keputusan (QSPM), dan perspektif siklus hidup destinasi (TALC) dalam satu kerangka analisis yang dapat direplikasi, sejalan dengan Aydın & Aksöz (2024) dalam mengembangkan *evidence-based strategic planning* dalam manajemen destinasi wisata berbasis komunitas.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan pendekatan *mixed method* untuk menganalisis proses peremajaan strategis destinasi wisata berbasis komunitas di perkotaan. Pendekatan ini menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif secara bertahap untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena penelitian (Creswell, 2014). Pendekatan campuran dipilih karena pengelolaan destinasi memerlukan pemahaman mendalam terhadap dinamika sosial dan kelembagaan, sekaligus analisis kuantitatif untuk menentukan prioritas strategi secara sistematis dan berbasis bukti. Penelitian dilaksanakan di Kampung Warna-Warni Jodipan (KWJ), Kota Malang, Jawa Timur. KWJ dipilih karena merupakan salah satu contoh implementasi *community-based urban tourism* yang paling dikenal di Indonesia sekaligus menghadapi indikasi stagnasi dalam siklus hidup destinasinya. Kondisi tersebut menjadikan KWJ sebagai kasus yang relevan untuk mengkaji bagaimana destinasi wisata berbasis komunitas merumuskan strategi peremajaan secara adaptif.

Data dikumpulkan dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara terstruktur, serta diskusi dengan para pemangku kepentingan. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sembilan informan kunci yang mewakili unsur akademisi, pemerintah (Dinas Pariwisata), pengelola destinasi/POKDARWIS, serta sektor swasta dan media. Data sekunder diperoleh dari telaah dokumen resmi, laporan pemerintah, data statistik kunjungan wisatawan, serta publikasi ilmiah yang relevan. Untuk kebutuhan QSPM, penelitian ini juga melibatkan panel pakar sebanyak 9 orang yang dipilih secara *purposive* berdasarkan kompetensi, kewenangan, dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan destinasi. Keabsahan data kualitatif diuji melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan informasi dari wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumen. Adapun konsistensi data kuantitatif dalam QSPM diverifikasi melalui uji *inter-rater reliability* untuk memastikan penilaian antarpakar konsisten dan tidak didominasi oleh pandangan subjektif dari satu pihak.

Analisis data dilakukan melalui lima tahapan yang terintegrasi. *Pertama*, identifikasi faktor-faktor strategis internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis tematik terhadap hasil wawancara, observasi, dan telaah dokumen. *Kedua*, evaluasi faktor strategis dilakukan menggunakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) untuk menentukan bobot dan skor masing-masing faktor. *Ketiga*, perumusan alternatif strategi melalui Matriks SWOT yang mengintegrasikan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT. *Keempat*, penentuan prioritas strategi menggunakan QSPM berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) dari penilaian panel pakar. *Kelima*, interpretasi strategis menggunakan perspektif TALC untuk menjelaskan posisi perkembangan destinasi serta merumuskan arah peremajaan

strategis yang diperlukan guna mendukung keberlanjutan Kampung Warna-Warni Jodipan sebagai destinasi wisata berbasis komunitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Faktor Lingkungan Internal

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis SWOT yang membentuk matriks IFAS, diperoleh skor IFAS sebesar 2,47. Angka ini menunjukkan bahwa kekuatan internal KWJ cukup mendukung, tetapi kelemahannya tetap ada. Hasil analisis faktor internal disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Faktor Internal (IFAS)

Kode	Faktor Lingkungan Internal	Bobot
S1	Modal sosial kuat	0,10
S4	Brand KWJ masih ikonik	0,09
S2	Ketahanan operasional swadaya	0,08
S3	Partisipasi warga dan kohesi sosial	0,08
S5	Mitigasi bencana dasar tersedia	0,06
S6	Ada agenda rutin komunitas yang berpotensi menjadi atraksi	0,05
W4	Administrasi masih manual	0,07
W6	SDM kreatif dan diversifikasi UMKM masih terbatas	0,07
W1	Inovasi atraksi dan perencanaan tahunan lemah	0,13
W2	Degradasi fisik kawasan	0,12
W5	Parkir dan aksesibilitas terbatas	0,06
W3	Pengelolaan sampah dan sanitasi menurun	0,09
Total		1,00

Sumber: Analisis Faktor Internal penelitian, 2026

Skor IFAS = 2,47 menunjukkan kekuatan internal yang cukup mendukung, namun masih diimbangi oleh kelemahan yang signifikan. Faktor kekuatan utama mencakup modal sosial masyarakat yang kuat (S1, bobot 0,10), brand KWJ yang masih ikonik secara nasional dan internasional (S4, bobot 0,09), serta ketahanan operasional swadaya komunitas (S2, bobot 0,08). Di sisi lain, kelemahan utama meliputi kurangnya inovasi atraksi dan kurangnya perencanaan jangka panjang (W1), keterbatasan SDM kreatif (W6), serta degradasi kualitas fisik kawasan akibat cat yang pudar dan kerusakan infrastruktur.

4.2. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal (EFAS), diperoleh skor EFAS sebesar 2,69. Angka ini menunjukkan bahwa peluang eksternal cukup baik, tetapi ancaman tetap perlu diantisipasi. Hasil analisis faktor eksternal disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Kode	Faktor Lingkungan Internal	Bobot
O1	Pertumbuhan pasar wisata Kota Malang dan wisatawan asing	0,11
O2	Tren wisata autentik/experiential	0,10
O5	Paket event, kuliner, workshop, dan wisata Sungai	0,10
O6	Digital <i>branding and storytelling</i>	0,08
O3	CSR PT Indana	0,08
O4	Peluang pembinaan dan fasilitasi Pemerintah	0,07
T3	Kejenuhan wisata spot foto	0,08
T4	Citra negatif dan kebingungan dengan Kampung Tridi	0,07
T1	Status legalitas bantaran Sungai	0,13
T2	Persaingan Kayutangan dan kampung tematik	0,11
T5	Risiko banjir	0,04
T6	Dukungan pemerintah tidak stabil	0,03
Total		1

Sumber: Analisis Faktor Eksternal penelitian (2026)

Skor EFAS = 2,69 mengindikasikan bahwa peluang eksternal lebih dominan dibandingkan dengan ancaman. Peluang terbesar adalah pertumbuhan pasar wisata Kota Malang pascapandemi (O1, bobot 0,12), meningkatnya tren wisata autentik dan berbasis pengalaman (O2, 0,11), potensi pengembangan paket event, kuliner, dan workshop (O5, 0,10), serta peluang digital branding dan storytelling (O6, 0,08). Ancaman utama adalah ketidakpastian status legalitas kawasan bantaran sungai (T1, 0,13) dan meningkatnya persaingan dari destinasi perkotaan lain seperti Kayutangan (T2, 0,11).

4.3. Strategi Prioritas: Revitalisasi dan Reposisi Destinasi

Seluruh alternatif strategi yang dihasilkan dari Matriks SWOT dievaluasi menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan strategi prioritas berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS). Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi dengan nilai TAS tertinggi adalah Strategi SO-1 dengan total TAS sebesar 5,87, diikuti oleh Strategi SO-2 dengan total TAS sebesar 5,49, Strategi SO-3 dengan total TAS sebesar 4,77, dan Strategi SO-4 dengan total TAS sebesar 4,73.

Untuk memastikan bahwa penilaian *Attractiveness Score* (AS) pada matriks QSPM memiliki tingkat konsistensi yang memadai antarpanel pakar, dilakukan pengujian *inter-rater reliability* menggunakan *Intraclass Correlation Coefficient* (ICC). Uji ini dipilih karena sembilan panel pakar memberikan penilaian numerik terhadap 24 faktor strategis yang sama, sehingga sesuai untuk mengevaluasi tingkat kesepakatan (*absolute agreement*) antarpenilai. Analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics dengan model *Two-Way Random Effects* dan tipe *Absolute Agreement*. Interpretasi nilai ICC mengacu pada Koo dan Li (2016), yaitu ICC < 0,50 (rendah), 0,50–0,75 (sedang), 0,75–0,90 (baik), dan > 0,90 (sangat baik).

Hasil uji ICC menunjukkan nilai *Single Measures ICC* sebesar **-0,025** dengan interval kepercayaan 95% berkisar antara -0,071 hingga 0,093, serta nilai signifikansi (*p-value*) sebesar **0,694** ($p > 0,05$). Nilai ICC yang mendekati nol dan berada di bawah ambang batas 0,50 mengindikasikan bahwa tingkat konsistensi penilaian antarpanel pakar tergolong **rendah** dan tidak signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun seluruh panel pakar memiliki latar belakang kompetensi di bidang pariwisata, terdapat variasi persepsi yang cukup besar dalam menilai daya tarik relatif (*attractiveness*) setiap strategi terhadap faktor-faktor strategis yang dianalisis.

Variasi penilaian antarpakar dalam QSPM merupakan fenomena yang umum terjadi, mengingat perbedaan pengalaman, latar belakang kelembagaan, dan kepentingan masing-masing pemangku kepentingan (F. David et al., 2019). Oleh karena itu, untuk meningkatkan validitas hasil QSPM, penelitian ini menggunakan pendekatan konsensus melalui diskusi panel terpandu (*moderated focus group discussion*) setelah pengisian kuesioner awal, sehingga diperoleh kesepakatan bersama mengenai nilai AS yang digunakan dalam perhitungan TAS akhir. Pendekatan ini sejalan dengan praktik terbaik dalam penelitian strategi yang melibatkan panel pakar multi-pemangku kepentingan (Suartini et al., 2024).

Meskipun demikian, rendahnya tingkat konsistensi awal ini perlu dicatat sebagai keterbatasan penelitian sekaligus menjadi pelajaran penting bahwa proses pengambilan keputusan strategis di destinasi wisata berbasis komunitas memerlukan mekanisme deliberasi yang lebih intensif untuk menjembatani perbedaan persepsi antarpemangku kepentingan. Untuk penelitian lanjutan, disarankan menggunakan pendekatan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) atau *Fuzzy QSPM* yang dapat mengakomodasi ketidakpastian dan perbedaan preferensi panel pakar dengan lebih baik.

Tabel 3. Analisis Strategi QSPM Kampung Warna-Warni Jodipan

Kode	Faktor Kunci Lingkungan	Bobot
S1	Modal sosial kuat	0,10
S2	Ketahanan operasional swadaya	0,08

Kode	Faktor Kunci Lingkungan	Bobot
S3	Partisipasi warga dan kohesi sosial	0,08
S4	Brand KWJ masih ikonik	0,09
S5	Mitigasi bencana dasar tersedia	0,06
S6	Ada agenda rutin komunitas	0,05
W1	Inovasi atraksi dan perencanaan tahunan lemah	0,13
W2	Degradasi fisik kawasan	0,12
W3	Pengelolaan sampah dan sanitasi menurun	0,09
W4	Administrasi masih manual	0,07
W5	Parkir dan aksesibilitas terbatas	0,06
W6	SDM kreatif dan diversifikasi UMKM terbatas	0,07
O1	Pertumbuhan pasar wisata Kota Malang	0,11
O2	Tren wisata autentik/experiential	0,10
O3	CSR PT Indana	0,08
O4	Peluang pembinaan dan fasilitasi Pemerintah	0,07
O5	Paket event, kuliner, workshop, wisata sungai	0,10
O6	Digital <i>branding and storytelling</i>	0,08
T1	Status legalitas bantaran sungai	0,13
T2	Persaingan Kayutangan dan kampung tematik	0,11
T3	Kejenuhan wisata spot foto	0,08
T4	Citra negatif dan kebingungan dengan Kampung Tridi	0,07
T5	Risiko banjir	0,04
T6	Dukungan pemerintah tidak stabil	0,03
Total		1,00

Sumber: Data Hasil Analisis SWOT-QSPM, 2026

Hasil analisis QSPM menghasilkan strategi prioritas SO-1 dengan nilai TAS tertinggi sebesar 5,87, yaitu mereposisi KWJ sebagai destinasi *urban experiential tourism* melalui penguatan branding digital, storytelling transformasi kampung, serta pengembangan agenda rutin komunitas sebagai atraksi tahunan. Strategi ini unggul karena mampu secara simultan:

(1) Memanfaatkan kekuatan brand KWJ yang masih ikonik (S4) dan agenda komunitas (S6); (2) mengatasi kelemahan utama berupa minimnya inovasi atraksi (W1) dan keterbatasan SDM kreatif (W6); (3) menangkap peluang pertumbuhan wisata kota (O1), tren wisata autentik (O2), dan digital branding (O6); serta (4) memitigasi ancaman persaingan (T2) dan kejenuhan wisata spot foto (T3).

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan peran storytelling dalam pemasaran destinasi, serta modal sosial jaringan sebagai fondasi keberlanjutan urban community-based tourism (Vongvisitsin et al., 2024; Zhang & Ramayah, 2024). Wisatawan KWJ dapat dikategorikan sebagai *urban tourists yang experience-oriented, visually-driven, dan quality-sensitive*, yang tidak lagi cukup hanya dengan spot foto, melainkan menginginkan pengalaman autentik, interaksi sosial, serta aktivitas yang bermakna.

4.4. Posisi KWJ dalam TALC dan Peluang *Rejuvenation*

Berdasarkan seluruh temuan, KWJ menunjukkan karakteristik fase stagnasi dalam TALC (Butler, 2024), yang ditandai oleh: (1) penurunan jumlah kunjungan; (2) degradasi daya tarik visual *novelty effect* yang memudar seiring memudarnya cat dan mural; (3) meningkatnya persaingan dari destinasi perkotaan lain; dan (4) pergeseran preferensi wisatawan dari wisata foto menuju pengalaman autentik.

Namun, stagnasi KWJ belum berkembang menjadi *decline*. Modal dasar yang dimiliki, tingginya kohesi sosial komunitas, identitas destinasi yang dikenal luas, keberadaan UMKM lokal, serta meningkatnya minat wisatawan mancanegara membuka peluang transisi menuju *rejuvenasi* (Aydın & Aksöz, 2024). Strategi prioritas yang dihasilkan QSPM merupakan respons terhadap peluang tersebut.

4.4. *Strategic Drift* sebagai Akar Permasalahan

Penurunan kinerja KWJ lebih tepat dipahami melalui konsep *strategic drift* (Harmon, 2022): strategi visualisasi kampung yang dahulu berhasil secara bertahap kehilangan relevansinya karena (1) inovasi atraksi terhenti; (2) kualitas fisik kawasan menurun; (3) efektivitas kolaborasi pemangku kepentingan melemah; dan (4) adaptasi terhadap pergeseran preferensi wisatawan tidak berjalan. Ini bukan krisis mendadak, melainkan erosi gradual terhadap kemampuan kompetitif destinasi.

Temuan ini menegaskan bahwa pertumbuhan wisata regional tidak secara otomatis mengalir ke destinasi berbasis komunitas. Dominasi wisatawan mancanegara (~90%) berbanding terbalik dengan komposisi pasar Kota Malang (wisatawan domestik ~98,43%), yang mengindikasikan kegagalan KWJ dalam mengonversi arus wisnus yang sangat besar. Pemulihan wisatawan domestik memerlukan produk yang dapat diulang: kalender *event* berkala, pasar kuliner warga, workshop kreatif, dan tema mural yang berganti secara berkala.

4.5. Catatan Kritis: Paradoks Legalitas

Perlu dicatat bahwa faktor T1 (status legalitas bantaran sungai, bobot 0,13) hanya memperoleh AS = 1 pada strategi SO-1. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dengan TAS tertinggi bukanlah solusi langsung terhadap hambatan legalitas. Secara metodologis, QSPM bersifat agregatif; skor tinggi pada banyak faktor dapat mengimbangi skor rendah pada satu faktor yang kritis (M. E. David et al., 2017). Oleh karena itu, pelaksanaan strategi revitalisasi harus bertahap:

Lapisan pertama: revitalisasi nonfisik yang dapat segera dilakukan, meliputi *storytelling*, paket tur, event komunitas, workshop, pelatihan pemandu wisata, serta pembaruan tata kelola. Lapisan kedua, pemeliharaan ringan dan reversibel: pengecatan ulang, penataan jalur, penanda yang dapat dipindah, pembersihan kawasan. Lapisan ketiga, intervensi struktural: hanya setelah ada kejelasan status lahan, persetujuan tertulis dari instansi terkait, dan kajian teknis keselamatan sempadan sungai.

Dengan demikian, kejelasan *legal standing* kawasan bantaran Sungai Brantas harus ditempatkan sebagai *prerequisite policy* (syarat mutlak tahap awal) sebelum strategi revitalisasi fisik dan investasi permanen dapat dijalankan. Tanpa kepastian hukum mengenai status kepemilikan, penguasaan, dan izin pemanfaatan lahan di sempadan sungai, seluruh investasi peremajaan fisik berisiko gagal, dibongkar paksa, atau menimbulkan konflik hukum yang lebih luas. Oleh karena itu, rekomendasi kebijakan yang dihasilkan dari penelitian ini secara tegas menyatakan bahwa implementasi Strategi SO-1 wajib didahului oleh penyelesaian legalitas Kawasan melalui koordinasi intensif antara Pemerintah Kota Malang, Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS) Brantas, dan komunitas KWJ. Revitalisasi nonfisik—seperti penguatan *digital branding*, pelatihan SDM, pengemasan agenda komunitas, dan pengembangan paket wisata berbasis pengalaman—dapat dijalankan secara paralel selama menunggu proses legalitas, namun investasi fisik permanen (seperti pembangunan infrastruktur baru, penanaman modal tetap, atau revitalisasi struktur bangunan) baru dapat dilaksanakan setelah ada kejelasan hukum dan persetujuan tertulis dari instansi yang berwenang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kampung Warna-Warni Jodipan masih memiliki potensi yang kuat sebagai destinasi pariwisata berbasis komunitas. Namun demikian, kondisi aktual menunjukkan bahwa KWJ sedang berada pada fase stagnasi yang ditandai oleh penurunan kualitas fisik, melemahnya pengelolaan, serta belum optimalnya inovasi atraksi wisata. Kondisi ini mencerminkan ketidaksesuaian antara dinamika internal destinasi dan perubahan lingkungan eksternal, khususnya pergeseran preferensi wisatawan menuju pengalaman yang lebih autentik dan bermakna.

Strategi prioritas pengelolaan pariwisata berkelanjutan KWJ adalah revitalisasi fisik kawasan yang terintegrasi dengan reposisi destinasi berbasis pengalaman lokal dan *storytelling*

komunitas. Revitalisasi fisik diperlukan sebagai langkah pemulihan kepercayaan wisatawan dalam jangka pendek, sementara reposisi destinasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dalam jangka menengah dan panjang. Strategi ini menandai pergeseran dari ketergantungan pada daya tarik visual menuju penguatan nilai pengalaman dan interaksi sosial sebagai inti produk wisata.

Pelaksanaan strategi tersebut bersifat bertahap dan bersyarat. Revitalisasi nonfisik serta pemeliharaan ringan dapat segera dijalankan, sedangkan intervensi fisik permanen harus menunggu kejelasan legalitas, persetujuan kelembagaan, serta kajian keselamatan kawasan bantaran sungai. Dengan demikian, penanganan legalitas merupakan prasyarat implementasi, bukan bagian terpisah dari strategi revitalisasi.

Sebagai implikasi kebijakan, penelitian ini menegaskan bahwa penyelesaian status legalitas kawasan bantaran Sungai Brantas merupakan *prerequisite policy* yang wajib dipenuhi sebelum investasi peremajaan fisik permanen dilaksanakan. Strategi prioritas SO-1 yang direkomendasikan—yakni reposisi KWJ sebagai destinasi *urban experiential tourism* melalui penguatan *digital branding*, *storytelling* transformasi kampung, dan pengemasan agenda komunitas sebagai atraksi tahunan—hanya dapat diimplementasikan secara penuh jika kejelasan hukum kawasan telah terpenuhi. Revitalisasi nonfisik dan pemeliharaan ringan dapat dilakukan sebagai langkah awal, sementara intervensi struktural permanen harus menunggu kepastian legalitas, persetujuan kelembagaan, serta kajian teknis terkait keselamatan sempadan sungai. Pendekatan bertahap dan bersyarat ini diharapkan menjadi model bagi destinasi wisata berbasis komunitas perkotaan lainnya yang menghadapi tantangan serupa dalam menyeimbangkan aspirasi pengembangan pariwisata dengan kepastian hukum serta keselamatan lingkungan.

6. REFERENSI

- Agustina, N. Z., Khusnaeni, A., Jiwa, B. G., Wakhidah, L. N., & Safrani, Y. S. (2025). Menara Teratai Purwokerto: Potensi Urban Tourism sebagai Sumber Pendapatan Baru bagi Kota. *KAMPUS AKADEMIK PUBLISHING Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(5), 109–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v2i5.5228>
- Al-Hadrawi, B. K., & Rajeh Jawad, A. (2019). Cognitive marketing and strategic drift an exploration of cognitive bias in marketing decision-making Cognitive marketing and strategic drift: an exploration of cognitive bias in marketing decision-making. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 05(01), 933–946.
- Aydın, B., & Aksöz, E. O. (2024). Identifying rejuvenation strategies in micro tourism destinations: the case of Kaş. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(5), 3222–3242. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2023-0750>
- Butler, R. (2024). Revisiting the TALC Model. In R. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle* (hal. 14–20). Channel View Publications. <https://doi.org/doi:10.21832/9781845419141-006>
- Buzási, A., & Csizovszky, A. (2023). Urban sustainability and resilience: What the literature tells us about “lock-ins”? *Ambio*, 52(3), 616–630. <https://doi.org/10.1007/s13280-022-01817-w>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th Ed). SAGE Publications.
- David, F., David, F., & David, M. (2019). *Strategic Management Concepts and Cases: a Competitive Advantage Approach* (17th Editi). Pearson Education.
- David, F. R., & David Forest R. (2017). *Strategic Management*.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2017). The quantitative strategic planning matrix: a new marketing tool. *Journal of Strategic Marketing*, 25(4), 342–352. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1148763>
- Dodds, R., & Holmes, M. R. (2024). Seasoned travelers are more sustainable: modelling the tourism experience life cycle. *Current Issues in Tourism*, 27(9), 1350–1361. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2213882>
- Fidelista, A. N., Audri, D. S., Savitri, D., Ramadhan, M. H., Giriwati, N. S. S., Azis, S. U., & Kusdiwanggo, S. (2023). Pengembangan Kampung Wisata Jodipan Ditinjau dari Partisipasi

- Sosial Masyarakatnya. *Archvisual: Jurnal Arsitektur dan Perencanaan*, 3(1), 31–40. <https://doi.org/10.55300/archvisual.v3i1.1690>
- Habiba, M., & Yeasmin, F. (2023). Community-Based Tourism (CBT): A Community Development Tool. *European Journal of Business and Management*, 15(17), 1–9. <https://doi.org/10.7176/EJBM/15-17-01>
- Haekal, J. (2022). *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) in Determining Alternative Strategies for the Covid-19 Epidemic in the Food and Beverage Manufacturing Companies in Indonesia*. 2(4), 1–10. <https://doi.org/10.54756/IJSAR.2022.V2.i4.1>
- Hapzi, H., Untari, D. T., & Khasanah, F. N. (2024). Implementasi Konsep Wisata Berbasis Masyarakat sebagai Usaha Pemberdayaan Masyarakat Muara Gembong. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 7(2), 185–190. <https://doi.org/10.31599/3rvfbb48>
- Harmon, A. (2022, April). Strategic drift. *EBSCO*, 2.
- Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Koo, T. K., & Li, M. Y. (2016). A Guideline of Selecting and Reporting Intraclass Correlation Coefficients for Reliability Research. *Journal of Chiropractic Medicine*, 15(2), 155–163. <https://doi.org/10.1016/j.jcm.2016.02.012>
- Krittayaruangroj, K., Suriyankietkaew, S., & Hallinger, P. (2023). Research on sustainability in community-based tourism: a bibliometric review and future directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(9), 1031–1051. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2276477>
- Mallick, S. K., Rudra, S., & Samanta, R. (2020). Sustainable ecotourism development using SWOT and QSPM approach: A study on Rameswaram, Tamil Nadu. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 8(3), 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.06.001>
- Navarro-Martínez, Z. M., Crespo, C. M., Hernández-Fernández, L., Ferro-Azcona, H., González-Díaz, S. P., & McLaughlin, R. J. (2020). Using SWOT analysis to support biodiversity and sustainable tourism in Caguanes National Park, Cuba. *Ocean & Coastal Management*, 193, 105188. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2020.105188>
- Nguyen, T. Q. H., & Nguyen, Q. V. (2026). Research trends in community-based tourism: A bibliometric analysis. *Global Economics Research*, 2(1), 100023. <https://doi.org/10.1016/j.ecores.2026.100023>
- Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in Tourism Management: Is urban tourism a paradoxical research domain? Progress since 2011 and prospects for the future. *Tourism Management*, 98, 104737. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104737>
- Putri, I. K., Prayitno, G., & Sari, N. (2021). Tingkat Modal Sosial KWJ dan Kampung Tridi Kota Malang. *Planning for Urban Region and ...*, 10(0341), 181–192.
- Putri, S. A. (2023). Analysis of the User Experience of the Malang City Tourism Application for Local Tourists Analisis User Experience Aplikasi Wisata Kota Malang Untuk Wisatawan Lokal. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 238–249.
- Qomariansyah, I. N., Husamah, H., & Miharja, F. J. (2023). Exploration of Environmental Literacy in the Kampung Warna-Warni Jodipan Malang as a Source of Learning for Biology. *Prisma Sains : Jurnal Pengkajian Ilmu dan Pembelajaran Matematika dan IPA IKIP Mataram*, 11(2), 281. <https://doi.org/10.33394/j-ps.v11i2.7386>
- Suartini, N. K., Arismayanti, N. K., & Ariana, N. (2024). Development Strategy Of Bayung Gede Ethnic Tourism Village To Increase Tourist Visits In Bangli Regency, Bali. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(01), 1161–1172. <https://doi.org/https://doi.org/10.63922/ajmesc.v4i01.670>
- Suharsono, S., Nugroho, A. Y. A., & Harrison, A. (2021). STRATEGI PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS PASCA PANDEMI COVID19. *Prosiding SENAPENMAS*, 1371. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15208>
- Susanto, I. W., & Ridwan, A. (2025). Pendekatan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Kota Madiun. *Work-Life Balance dan Pengaruhnya terhadap Prestasi Akademik: Studi*

- Kasus pada Mahasiswa Universitas Terbuka dengan Pekerjaan Paruh Waktu, 1890–2901.*
- Uysal, M., Woo, E., & Singal, M. (2023). Tourism Area Life Cycle (TALC) and the Quality of Life (QOL) of Destination Community Revisited. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research II* (hal. 271–285).
- Vongvisitsin, T. B., Huang, W.-J., & King, B. (2024). Urban community-based tourism development: A networked social capital model. *Annals of Tourism Research*, 106, 103759. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103759>
- Wardhani, A. D. (2012). Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 8(4), 371. <https://doi.org/10.14710/pwk.v8i4.6493>
- Zhang, X., & Ramayah, T. (2024). Solving the mystery of storytelling in destination marketing: A systematic review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 59, 222–237. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.013>