

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PROMOSI OBJEK DAYA TARIK
WISATA RUMAH TUA DESA SEMBIRAN KECAMATAN TEJAKULA
KABUPATEN BULELENG PROVINSI BALI**

Oleh

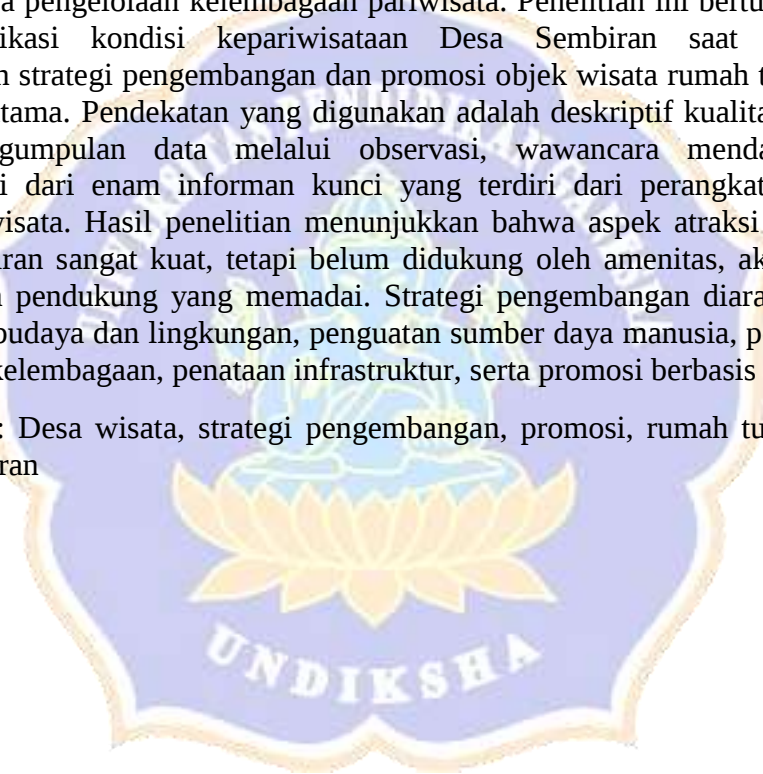
I Gede Deni Mahendra, NIM 2257013014

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Desa Sembiran merupakan salah satu desa tua di Bali yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya, khususnya melalui objek wisata rumah tua yang sarat nilai sejarah dan kearifan lokal. Namun, potensi tersebut belum tergarap secara optimal akibat terbatasnya infrastruktur, lemahnya promosi, serta belum maksimalnya pengelolaan kelembagaan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi kepariwisataan Desa Sembiran saat ini, serta merumuskan strategi pengembangan dan promosi objek wisata rumah tua sebagai daya tarik utama. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dari enam informan kunci yang terdiri dari perangkat desa dan pengelola wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek atraksi budaya di Desa Sembiran sangat kuat, tetapi belum didukung oleh amenities, aksesibilitas, dan layanan pendukung yang memadai. Strategi pengembangan diarahkan pada pelestarian budaya dan lingkungan, penguatan sumber daya manusia, peningkatan koordinasi kelembagaan, penataan infrastruktur, serta promosi berbasis digital.

Kata Kunci: Desa wisata, strategi pengembangan, promosi, rumah tua, budaya, Desa Sembiran



**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PROMOSI OBJEK DAYA TARIK
WISATA RUMAH TUA DESA SEMBIRAN KECAMATAN TEJAKULA
KABUPATEN BULELENG PROVINSI BALI**

Oleh

I Gede Deni Mahendra, NIM 2257013014

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

Sembiran Village is one of the oldest villages in Bali with great potential as a cultural tourism destination, particularly through the old traditional houses that hold significant historical and cultural value. However, this potential remains underdeveloped due to inadequate infrastructure, weak promotional efforts, and suboptimal tourism management. This study aims to identify the current state of tourism in Sembiran Village and formulate development and promotional strategies for the old house as a primary tourist attraction. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation from six key informants, including village officials and tourism managers. The findings reveal that while the cultural attractions in Sembiran are strong, they are not yet supported by adequate amenities, accessibility, and ancillary services. Development strategies are directed toward cultural and environmental preservation, capacity building of human resources, strengthening institutional coordination, infrastructure improvements, and digital-based promotions.

Keywords: Tourist village, development strategy, promotion, old house, culture, Sembiran Village

