

ABSTRAK

Faqih Mansyur Hidayat, 1520210231, Analisis Strategi Branding Desa Wisata Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Desa Wisata Loram Kulon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi *branding* desa wisata dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Loram Kulon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Selain itu, penelitian ini juga dilaksanakan untuk mempelajari bagaimana Desa Loram Kulon berhasil membangkitkan ekonomi masyarakat dengan menjadikan desanya sebagai desa wisata.

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kualitatif dengan sumber data lapangan yaitu menggunakan metode wawancara.

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Desa Wisata Loram Kulon menggunakan strategi *branding destination*. Strategi ini digunakan untuk membranding beberapa objek wisata, baik wisata sejarah, budaya, dan kehidupan masyarakat setempat sebagai objek wisata. Selain itu, pengelola Desa Wisata Loram Kulon juga menjalankan strategi *Community Based Tourism* (CBT). Melalui strategi itu, desa wisata dikelola secara bersama-sama oleh masyarakat setempat. Dengan mendasar pada sumber daya lokal, masyarakat setempat mengelola wisata desa dengan prinsip dan tanggung jawab akan keberlanjutan potensi-potensi yang dimiliki oleh desa.

Kata Kunci: Desa wisata, Strategi Branding, Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.