

ABSTRACT

This thesis explores the intersection of place identity and the tourism value chain (TVC) through a case study of Ubud, Bali, a renowned spiritual destination. The study delves into how Ubud's identity has been constructed and reinforced by various actors within its TVC, from local residents and expatriates to tourists and policymakers. By analyzing this complex interplay, the research investigates the role of place identity in shaping the tourism experience and destination competitiveness. Drawing on a post-structuralist framework, the thesis argues that Ubud's identity is not a static concept but an evolving narrative influenced by historical, social, and cultural dynamics. Through qualitative methods, including interviews and literature review, the study reveals how Ubud's spiritual identity contributes to product and social upgrading within its tourism sector, fostering both economic and environmental sustainability. The findings highlight the significance of identity in the value creation process and its potential to enhance long-term destination appeal. By considering identity beyond its economic implications, this research offers novel insights into how place-based identities can shape and be shaped by tourism dynamics, providing a model for sustainable tourism development.

Keywords: tourism value chain, place identity, post-structuralist approach, spiritual destination.

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi keterkaitan antara identitas tempat dan rantai nilai pariwisata (Tourism Value Chain/TVC) melalui studi kasus Ubud, Bali, yang dikenal sebagai destinasi spiritual. Studi ini meneliti bagaimana identitas Ubud dibentuk dan diperkuat oleh berbagai aktor dalam TVC-nya, mulai dari penduduk lokal dan ekspatriat hingga wisatawan dan pembuat kebijakan. Dengan menganalisis interaksi yang kompleks tersebut, penelitian ini menyelidiki peran identitas tempat dalam membentuk pengalaman pariwisata dan meningkatkan daya saing destinasi. Berangkat dari kerangka teori pasca-strukturalis, tesis ini berargumen bahwa identitas Ubud bukanlah konsep yang statis, melainkan narasi yang terus berkembang dipengaruhi oleh dinamika sejarah, sosial, dan budaya. Melalui metode kualitatif, dengan wawancara dan tinjauan literatur, tesis ini mengungkap bagaimana identitas spiritual Ubud berkontribusi pada peningkatan produk dan sosial dalam sektor pariwisatanya, yang mendorong keberlanjutan ekonomi dan lingkungan. Temuan ini menyoroti pentingnya identitas dalam proses penciptaan nilai serta potensinya untuk meningkatkan daya tarik destinasi dalam jangka panjang. Dengan mempertimbangkan identitas di luar implikasi ekonominya, penelitian ini menawarkan wawasan baru tentang bagaimana identitas berbasis tempat dapat membentuk dan dibentuk oleh dinamika pariwisata, serta menyediakan model untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Keyword: *rantai nilai pariwisata, identitas tempat, pendekatan pasca-strukturalis, destinasi pariwisata spiritual*