

INTISARI

Pasar Papringan merupakan salah satu praktik *community-based tourism* atau pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat di Indonesia. Semenjak berdiri pada tahun 2017, Pasar Papringan memerlukan strategi pengembangan sebagai upaya keberlanjutannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi prioritas dalam pengembangan Pasar Papringan. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden ahli terkait Pasar Papringan yang terdiri dari pengurus Pasar Papringan, *Spedagi Movement*, Pemerintah Desa Ngadimulyo, Pemerintah Kecamatan Kedu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Temanggung, dan Akademisi Universitas Gadjah Mada. Analisis dilakukan dengan cara deskriptif dan menggunakan metode *Benefit/Cost Analytical Hierarchy Process*. Adapun kriteria untuk hierarki manfaat terdiri dari meningkatkan pendapatan pasar, membuka lapangan kerja baru, dan menciptakan alternatif pendapatan masyarakat. Kriteria dalam hierarki biaya terdiri dari modal, biaya operasional, dan biaya tenaga kerja. Alternatif pengembangan yang diperoleh adalah revitalisasi fisik, inovasi dan kolaborasi, pemasaran digital, dan pelatihan SDM. Hasil penelitian menunjukkan prioritas startegi pengembangan adalah strategi pemasaran digital dengan nilai 1,7394. Strategi pemasaran digital merupakan strategi perioritas karena dapat memberikan nilai manfaat yang maksimal dengan pengeluaran biaya minimal. Prioritas strategi pengembangan selanjutnya diikuti dengan strategi pelatihan SDM dengan nilai 1,4041, strategi inovasi dan kolaborasi dengan nilai 1,2137, dan strategi revitalisasi fisik dengan nilai 0,3038.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, *Community-Based Tourism*, *Benefit/Cost Analytical Hierarchy Process*

ABSTRACT

Papringan Market is one of the practices of community-based tourism in Indonesia. Since its establishment in 2017, Papringan Market has required a development strategy for its sustainability. This study aims to identify priority strategies for the development of Papringan Market. In this study, data was obtained from questionnaires distributed to experts related to Papringan Market, consisting of Papringan Market managers, Spedagi Movement, Ngadimulyo Village Government, Kedu District Government, Temanggung Regency Culture and Tourism Department, and Gadjah Mada University academics. The analysis was conducted descriptively and using the Benefit/Cost Analytical Hierarchy Process method. The criteria for the benefit hierarchy consist of increasing market income, creating new job opportunities, and creating alternative community income. Criteria in the cost hierarchy consist of capital, operational costs, and labor costs. The development alternatives obtained are physical revitalization, innovation and collaboration, digital marketing, and human resource development. The results of the study show that the priority development strategy is digital marketing strategy with a value of 1.7394. Digital marketing strategy is a priority strategy because it can provide maximum benefits with minimal costs. The next priority development strategy is followed by human resource development strategy with a value of 1.4041, innovation and collaboration strategy with a value of 1.2137, and physical revitalization strategy with a value of 0.3038.

Keywords: *Development Strategies, Community-Based Tourism, Benefit/Cost Analytical Hierarchy Process*