

**PROSPEK EKONOMI PENGEMBANGAN POTENSI LOKAL
DALAM MENDUKUNG PENGELOLAAN WISATA
DI WILAYAH SEKITAR GUNUNG BROMO**

*ECONOMIC PROSPECTS OF LOCAL POTENTIAL DEVELOPMENT
TO SUPPORT TOURISM MANAGEMENT IN BROMO MOUNTAIN AREA*

**Puji Wahono¹, Hari Karyadi², Suhartono³, Aryo Prakoso⁴,
Rebecha Prananta⁵, Prameshi Lokaprasida⁶**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: pujiwahono@yahoo.com

Diterima : 22 Juli 2017; direvisi : 14 November 2017 ; disetujui : 30 November 2017

ABSTRAK

Penelitian ini mengidentifikasi potensi lokal dan menyusun model pengembangan wisata di wilayah sekitar Taman Nasional Gunung Bromo yang meliputi Kabupaten Malang, Pasuruan, Probolinggo, dan Lumajang. Teridentifikasi bahwa potensi keempat kabupaten di sekitar kawasan Taman Nasional Gunung Bromo tersebut memiliki potensi alam yang besar untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata untuk mendukung destinasi wisata Gunung Bromo. Potensi tersebut antara lain berupa desa wisata, air terjun, pemandangan alam berupa gunung, dan danau. Terhadap potensi destinasi wisata yang ada, secara ekonomi keempat kabupaten tersebut akan lebih mendapatkan manfaat apabila sumber daya yang dimiliki digunakan untuk memperbaiki kualitas manajemen, harga, ketersediaan informasi, dan kesediaan masyarakat untuk membayar. Adapun strategi yang berbasis masyarakat akan lebih tepat untuk pengembangan destinasi wisata di sekitar kawasan Bromo tersebut. Penelitian ini dilakukan di empat kabupaten sekitar kawasan Taman Nasional Gunung Bromo yakni Kabupaten Malang, Pasuruan, Probolinggo, dan Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran kualitatif dan kuantitatif.

Kata Kunci: Gunung Bromo, Potensi lokal, Destinai pariwisata, Strategi berbasis masyarakat.

ABSTRACT

This research investigates the potential of local tourism destinations and develops a model of tourism development in the area around Gunung Bromo National Park covering Malang, Pasuruan, Probolinggo and Lumajang districts. It was identified that the potential of the four districts in the vicinity of Mount Bromo National Park has great natural potential to be developed into tourist destinations to support the tourist destinations of Mount Bromo. These potentials include tourism villages, waterfalls, natural scenery of mountains, and lakes. Against the potential of existing tourist destinations, economically those four districts will benefit more if their resources are used to improve the quality of management, price, availability of information, and the willingness of the community to pay. The community-based strategy would be more appropriate for the development of tourist destinations around the area of Bromo. This research was conducted in four regencies around the area of Gunung Bromo National Park, Malang Regency, Pasuruan, Probolinggo, and Lumajang. The research method used is a mixture of qualitative and quantitative.

Keywords: Mount Bromo, Potential of local tourism, Destinai tourism, Community based strategy.

PENDAHULUAN

Kepariwisata di Indonesia telah menjadi sektor yang strategis dalam perekonomian nasional karena memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan negara. Hal ini terlihat dari nilai manfaat yang besar kepada daerah tujuan wisata, baik langsung maupun tidak langsung (Smith, 2001). Manfaat yang ditimbulkan dari aktivitas pariwisata mampu memberikan kontribusi terhadap sistem perekonomian suatu wilayah karena aktivitas pariwisata dapat berkembang menjadi aktivitas industri yang mampu menggerakkan sektor ekonomi suatu wilayah. Manfaat tersebut bisa berupa penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata itu sendiri maupun berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti hotel, rumah makan, transportasi, jasa penukaran uang asing dan lain-lain.

Alasan mengapa kegiatan pariwisata perlu terus ditingkatkan antara lain: 1) Semakin menurunnya peranan minyak dan gas bumi sebagai penghasil devisa dibanding yang lain, 2) Merosotnya nilai ekspor di sektor non minyak, 3) Prospek pariwisata memperlihatkan kecenderungan meningkat secara konsisten, 4) Potensi alam maupun budaya yang dimiliki kaitannya sebagai modal dasar dalam perkembangan pariwisata.

Kondisi ini secara faktual memposisikan sektor pariwisata menjadi penting peranannya dalam pembangunan nasional, dimana tidak ada kegiatan ekonomi yang berdimensi luas ke semua sektor, tingkatan dan kepentingan seperti Pariwisata. Oleh karena itu, pengintegrasian rencana pengembangan pariwisata dengan pembangunan nasional bersifat penting

Jawa timur sebagai provinsi yang terus berkembang, pariwisatanya memiliki banyak obyek unggulan, Salah satunya Gunung Bromo. Selain itu, banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan, seperti wisata alam, wisata edukasi, wisata sejarah, wisata seni dan budaya atau wisata lainnya. Jika hal ini dikembangkan maka kawasan di sekitar Gunung Bromo menjadi destinasi wisata dimana wisatawan tidak hanya ke Bromo tapi juga ke kawasan sekitar Bromo.

Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain

dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, dan peninggalan purbakala. Dengan latar belakang potensi wisata yang ada di wilayah sekitar Gunung Bromo yang belum seluruhnya dikelola secara profesional, maka peranan pemerintah sebagai fasilitator sangat strategis dalam mewujudkan upaya-upaya ke arah pengembangan pariwisata tersebut yaitu; perencanaan (*planning*) daerah atau kawasan pariwisata, pembangunan (*development*) fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan (*policy*) pariwisata, serta pembuatan dan penegakan peraturan (*regulation*).

Pengenalan wisatawan hanya pada Gunung Bromo saja sesungguhnya sangat disayangkan, karena disekitarnya juga terdapat destinasi potensial sebagai penyangga destinasi utama. Untuk itu apabila kawasan sekitar dapat dikembangkan, maka akan dapat menambah destinasi wisata yang ada, memperpanjang kunjungan, memperbesar belanja, dan memberikan efek berganda ekonomi kepada masyarakat.

Berdasarkan alasan itu maka Badan Penelitian dan Pengembangan (BALITBANG) Provinsi Jawa Timur mengadakan kegiatan penelitian **“PROSPEK EKONOMI PENGEMBANGAN POTENSI LOKAL DALAM MENDUKUNG PENGELOLAAN WISATA DI WILAYAH SEKITAR GUNUNG BROMO”**.

Permasalahan yang hendak dicarikan jawabnya adalah: (1) Potensi destinasi wisata lokal apa saja yang memiliki prospek untuk dikembangkan dalam mendukung pengelolaan wisata di lokasi penelitian wilayah sekitar Gunung Bromo?; (2) Bagaimanakah peran dan pengembangan potensi destinasi wisata lokal di wilayah sekitar Gunung Bromo dalam mendukung pengelolaan wisata?; (3) Bagaimanakah prospek ekonomi potensi destinasi wisata lokal dalam mendukung pengelolaan wisata di wilayah sekitar Gunung Bromo?; (4) Bagaimanakah model strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi destinasi wisata lokal yang sesuai untuk dikembangkan di wilayah sekitar Gunung Bromo dalam upaya mendukung perekonomian masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah?

Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengidentifikasi destinasi wisata lokal yang telah ada dan memiliki prospek untuk

dikembangkan guna mendukung pengelolaan wisata di lokasi penelitian wilayah sekitar Gunung Bromo; (2) Mendeskripsikan peran dan pengembangan potensi destinasi wisata lokal di wilayah sekitar Gunung Bromo dalam mendukung pengelolaan wisata; (3) Melakukan analisa ekonomi terhadap prospek potensi destinasi wisata lokal dalam mendukung pengelolaan wisata di wilayah sekitar Gunung Bromo; (4) Menyusun model strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi destinasi wisata lokal yang sesuai untuk dikembangkan di wilayah sekitar Gunung Bromo.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata, sebagaimana dikatakan Damanik dan Weber (2006) merupakan fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks sifatnya. Kompleksitas yang dimaksud adalah karena ia terkait erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyedia kebutuhan layanan dan sebagainya.

Dalam artian yang luas, pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan rekreasi di luar tempat tinggal atau domisili seseorang dalam rangka untuk melepaskan diri dari kegiatan rutin atau dalam rangka mencari suasana yang berbeda. Sebagai kegiatan, pariwisata telah menjadi satu kegiatan penting dari kebutuhan dasar masyarakat terutama di negara-negara maju. Namun demikian dalam perkembangannya pariwisata juga kini mulai menjadi kebutuhan dari sebagian kecil masyarakat negara-negara sedang berkembang.

Potensi dan pengembangan wisata di banyak negara berkembang mulai menyusul negara-negara maju. Ini dilakukan karena seperti dikatakan Tosun dan Timothy (2001) sektor pariwisata merupakan sumber penting dari pemasukan devisa sekaligus pembukaan lapangan kerja. Stabilitas politik, pembentukan kelembagaan yang dapat mendukung pariwisata, desentralisasi perencanaan dan pengembangan obyek yang spesifik, kerjasama pemerintah dengan swasta dan agen internasional merupakan faktor-faktor yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan.

Sementara itu perencanaan dan pengembangan destinasi wisata harus dilakukan

berdasarkan penelitian dan evaluasi untuk memperoleh kontribusi optimal dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat dan kualitas lingkungan (Tosun dan Jenkins, 1998). Pengembangan pariwisata merupakan proses berkesinambungan untuk melakukan pencocokan dan penyesuaian yang terus menerus antara sisi pemasok dan tuntutan kebutuhan pengembangan (Nuryanti, 1994).

Pengembangan potensi pariwisata dengan demikian dapat bermakna sebagai upaya lebih untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun nonfisik dari satu kawasan pariwisata sehingga meningkatkan produktivitasnya.

Analisa ekonomi terhadap prospek potensi lokal agar diperoleh manfaat yang besar bagi perekonomian nasional. Namun, hingga dewasa ini Indonesia belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam proses pembangunan (Zain dan Taufik, 2011). Potensi pengembangan pariwisata sangat terkait dengan lingkungan hidup dan sumberdaya. Fandeli (1995) menyebutkan, sumberdaya pariwisata adalah unsur fisik lingkungan yang statis seperti: hutan, air, lahan, margasatwa, tempat-tempat untuk bermain, berenang dan lain-lain.

Pariwisata dengan demikian sangat terkait dengan keadaan lingkungan dan sumberdaya yang ada. Indonesia dengan keragaman sumberdaya yang sangat kaya memiliki potensi yang baik untuk dapat dikembangkan menjadi berbagai kegiatan pariwisata. Secara formal, konsep ini disebut keinginan membayar (*willingness to pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan (Fauzi, 2006).

Penilaian (*valuation*) sumber daya alam merupakan alat ekonomi yang digunakan untuk mengestimasi nilai uang dari barang dan jasa yang diberikan oleh sumber daya alam melalui teknik penilaian tertentu. Barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam dan lingkungan antara lain nilai rekreasi dan nilai keindahan. Nilai yang dihasilkan dari sumberdaya alam dapat dikategorikan dalam nilai guna ordinal, karena manfaat atau kenikmatan yang diperoleh dari mengkonsumsi barang-barang tidak dapat dikuantifikasikan (Sukirno 2004).

Sumber daya alam selain menghasilkan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi baik langsung maupun tidak langsung, juga menghasilkan jasa-jasa (*services*) lingkungan yang memberikan manfaat dalam bentuk lain, misalnya manfaat *amenity* seperti keindahan, ketenangan dan sebagainya. Mengingat pentingnya fungsi-fungsi ekonomi dan non-ekonomi dari sumber daya alam, tantangan yang dihadapi oleh penentu kebijakan adalah bagaimana memberikan nilai yang komprehensif terhadap sumber daya alam itu sendiri. Dalam hal ini, nilai tersebut tidak saja nilai pasar (*market value*) barang yang dihasilkan dari suatu sumber daya, melainkan juga nilai jasa lingkungan yang ditimbulkan oleh sumber daya tersebut (Fauzi, 2006).

Pengembangan destinasi pariwisata tidak dapat dilepaskan dari organisasi pengelolaan destinasi wisata merupakan struktur tata kelola destinasi pariwisata yang mencakup aspek perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi dan teknologi secara terpadu dan terpimpin dengan melibatkan peran serta masyarakat, asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pengelolaan (*management*), volume kunjungan, lama tinggal, dan besaran pengeluaran oleh wisatawan, serta manfaat bagi masyarakat di sekitar destinasi pariwisata tersebut.

Konsep *destination mangement object* (DMO) sebagai instrumen manajemen diperlukan dalam pembangunan destinasi pariwisata. Partisipasi, komitmen, tanggungjawab, rasa memiliki merupakan kunci keberhasilan membangun sinergi dan konvergensi para pihak yang terkait (*stakeholders*) melalui optimalisasi peningkatan peran dan fungsi untuk mencapai kesuksesan tata kelola destinasi pariwisata. Kualitas pelayanan wisata dan keberlanjutan destinasi pariwisata tidak lepas dari kompetensi dan juga kapasitas pengelolaan entitas satu destinasi pariwisata. Penguatan tata kelola destinasi berbasis keseimbangan dengan muatan dimensi ekonomi, estetika, etika diarahkan untuk terwujudnya pembangunan pariwisata kontekstual berbasis nilai.

Pada kasus di Indonesia, tata kelola pariwisata melalui DMO tidak dimaksudkan untuk menciptakan struktur dan tatanan

organisasi baru, namun lebih diarahkan untuk meningkatkan pola dan struktur yang ada, memperkuat basis masyarakat, memperkokoh fungsi dan optimasi pemangku kepentingan, memberikan ruang inovasi dan kreativitas serta inisiatif lokal, serta melalui pemanfaatan jejaring dan teknologi informasi.

Terkait dengan upaya untuk melihat kinerjanya, instrumen *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja atau pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. IPA bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka. IPA digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu diagram *importance-performance* untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data.

Sebaliknya, kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumberdaya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dari suatu perusahaan. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (2004) kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000).

IPA sebagai instrumen pengukuran destinasi wisata telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan

usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance* sebagaimana terlihat pada Gambar di bawah ini :



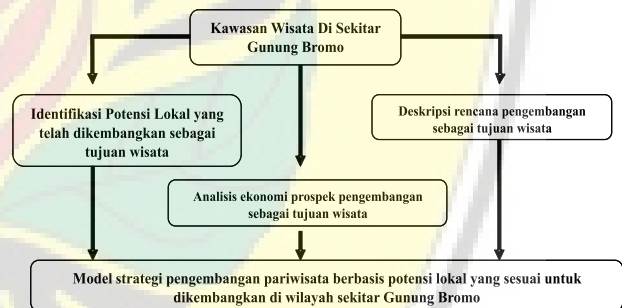
Gambar 1.
Kuadran Importance Performance
Sumber: Martilla dan James, 1977

Kerangka dan konsep penelitian ini dapat dikembangkan dengan kenyataan bahwa kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) merupakan kawasan konservasi yang dilindungi berdasarkan peraturan perundangan di Indonesia. Kawasan ini memiliki keanekaragaman hayati dan keindahan alam yang dilestarikan keberlanjutannya. Kawasan ini telah menjadi daerah tujuan wisata yang dapat diakses dari empat Kabupaten di sekitar TNBTS.

Pengembangan kawasan taman nasional secara menyeluruh sebagai destinasi wisata akan terkendala oleh peraturan perundangan yang membatasi pengembangannya selain sebagai kawasan konservasi, khususnya dalam zona inti. Oleh karena itu, destinasi wisata dilakukan disekitar kawasan taman nasional pada zona pemanfaatan atau diluar wilayah taman nasional yang masih memiliki akses ke wilayah TNBTS sebagai destinasi utama. Untuk itu perlu

dilakukan pengindentifikasian destinasi wisata lokal yang telah ada dan memiliki prospek untuk dikembangkan guna mendukung pengelolaan wisata di lokasi penelitian wilayah sekitar Gunung Bromo.

Karakteristik keunikan pemandangan alam taman nasional dapat mendorong pengembangan wisata berbasis alam di wilayah sekitarnya. Ekowisata dan pariwisata berkelanjutan memiliki tujuan yang sama untuk menghubungkan tujuan konservasi, pembangunan ekonomi dan pedesaan. Ekowisata juga menawarkan pengalaman pendidikan baru untuk wisatawan, dan itu harus dikembangkan dan dikelola dengan cara yang peka terhadap lingkungan sekaligus melindungi lingkungan, sehingga muncul wisata pendidikan, budaya, dan rekreatif. Oleh karena itu, peran dan pengembangan potensi lokal di wilayah sekitar Gunung Bromo dalam mendukung pengelolaan wisata perlu untuk dideskripsikan sehingga dapat dianalisis prospek ekonomi pengembangannya dalam mendukung atau pada jangka panjang dapat diharapkan menjadi substitusi wisata ke TNBTS sebagai destinasi wisata utama.



Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian

Pengidentifikasi, pendeskripsian peran dan potensi pengembangan membutuhkan analisis mendalam terhadap kondisi eksisting wisata ke gunung Bromo dengan mengetahui tingkat kepuasan para wisatawan. Selain itu, perlu diperoleh deskripsi tentang potensi wisata di sekitar gunung Bromo yang saat ini sudah ada untuk selanjutnya dapat dikembangkan secara optimal dalam mendukung pengembangan pariwisata di sekitar gunung Bromo.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini meminjam istilah Creswell (2010), yaitu akan menggunakan strategi kualitatif dan kuantitatif yang sudah memiliki

prosedur yang jelas. Pemilihan strategi kualitatif, karena penelitian hendak mengidentifikasi potensi-potensi lokal yang memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi obyek wisata yang mampu mendukung pengelolaan wisata di empat daerah kabupaten sekitar kawasan wisata Gunung Bromo.

Lokasi penelitian di 4 (empat) kabupaten, yaitu Kabupaten Malang, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Probolinggo, dan Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur. Jangka waktu pelaksanaan kegiatan penelitian "Prospek Ekonomi Pengembangan Potensi Lokal Dalam Mendukung Pengelolaan Wisata di Wilayah Sekitar Gunung Bromo" selama 6 (enam) bulan terhitung mulai bulan April sampai dengan Oktober 2016.

Jenis data yang diperlukan dalam menganalisis kajian ini terdiri dari data sekunder dan data primer. Analisis data kualitatif membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data yang diperoleh, untuk kemudian mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis, dan menulis catatan-catatan singkat sepanjang penelitian. Analisis kuantitatif dipergunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan kinerja pada destinasi wisata di sekitar gunung Bromo dengan menerapkan importance performance analysis.

Pada analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA), dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Agar analisis ini dapat dilakukan, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada para pengunjung destinasi wisata yang ditentukan secara acak. Kuesioner yang disusun menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala pengukuran yang dapat digunakan untuk menunjukkan tanggapan atau persepsi wisatawan di destinasi wisata tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Destinasi Wisata Lokal yang Telah Ada dan Memiliki Prospek Dikembangkan dalam Mendukung Pengelolaan Wisata di Wilayah Sekitar Gunung Bromo

Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam kepada para informan penelitian untuk mengidentifikasi destinasi wisata di masing-masing lokasi penelitian. Para informan tersebut meliputi para pejabat di Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata, Badan Perencanaan dan Pembangunan Kabupaten, tokoh masyarakat, dan para anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Hasil wawancara dengan para informan tersaji pada uraian di bawah ini.

1.1 Kabupaten Malang

Pada lokasi penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Badan Perencanaan dan Pembangunan, Kepala Desa Ngadas dan Mantan Kepala Desa Ngadas Kabupaten Malang. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa potensi destinasi wisata yang diharapkan dapat menunjang wisata Gunung Bromo meliputi empat destinasi yang berupa Desa Wisata yaitu Desa Ngadas, Desa Poncokusumo, Desa Gubugklakah dan Desa Jeru. Keempat Desa Wisata tersebut adalah:

Pertama, desa Wisata Ngadas, Poncokusumo. Desa Ngadas berada di dalam wilayah teritori Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TN-BTS). Desa Ngadas merupakan Desa tertinggi di Jawa dikarenakan topografi Desa Ngadas sendiri adalah pegunungan dengan iklim montana. Desa wisata ini berbatasan langsung dengan area lautan pasir Gunung Bromo. Desa wisata ini menonjolkan wisata adat berupa upacara keagamaan Suku Tengger dan budaya masyarakat Tengger, *view* pemandangan alam yang indah dan Coban Pelangi sebagai daya tarik bagi para wisatawan.

Kedua, desa Wisata Gubugklakah, terletak di bagian timur Kecamatan Poncokusumo, sekitar 23 kilometer dari Kota Malang. Letaknya berada di kaki Gunung Bromo, Desa Wisata Gubugklakah menyajikan panorama indah dan kesejukan khas pegunungan. Desa Wisata Gubugklakah memiliki beberapa destinasi diantaranya yaitu Wisata Agro Apel, Coban Pancut, dan Coban Gereja serta arung jeram Sungai Amprong.

Ketiga, desa Wisata Poncokusumo, adalah satu desa atau kecamatan di Malang. Desa Poncokusumo dikenal sebagai desa wisata dan terletak di kaki gunung Semeru dengan luas 686,23 ha atau tepatnya di sebelah selatan perbatasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Desa Poncokusumo merupakan desa yang kaya akan produksi

hortikultura, seperti bawang, tomat, kentang, kol dan tentu saja apel serta buah-buah lainnya.

Keempat, desa Wisata Jeru Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang, terletak 15 Km arah timur dari kota Malang, Desa Jeru memiliki daya tarik wisata berupa "TAMAN BUAH KITA" yang pada saat ini masih dalam tahap pengembangan dan kabarnya akan dioperasikan mulai tahun 2017, sedang pengelolanya adalah Disbudpar Kabupaten Malang.

1.2 Kabupaten Pasuruan

Penggalan informasi dilakukan dengan para informan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Anggota Pokdarwis Desa Ngadiwono yaitu Bapak Singgih dan Romo Dukun Desa Ngadiwono. Hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat tiga lokasi potensi destinasi wisata lokal yang telah dikembangkan yaitu Desa Ngadiwono, Dusun Nongkojajar, dan Bhakti Alam sebagai destinasi yang diharapkan menunjang wisata ke Gunung Bromo di Kabupaten Pasuruan. Ketiga destinasi wisata tersebut adalah:

Pertama, desa Ngadiwono, merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tosari. Desa ini ditetapkan sebagai desa wisata pada 1 Januari 2013. Berbeda dengan desa Wonokitri yang hanya sebagai transit kunjungan ke Bromo, maka para wisatawan diharapkan tinggal lebih lama di desa ini karena dapat menikmati dan melihat langsung Tari Sodor yang biasanya disajikan saat pembukaan dan penutupan upacara adat;

Kedua, desa Tuttur, Kecamatan Tuttur, Kawasan Nongkojajar merupakan salah satu dusun di Desa Tuttur, Kecamatan Tuttur. Dusun Nongkojajar memiliki berbagai macam keunikan serta potensi keindahan alam asli khas daerah pegunungan yang tak akan jenuh untuk dinikmati. Masyarakat Nongkojajar memiliki kebun yang menghasilkan buah apel dan juga mengembangkan peternakan sapi perah. Pada wilayah sekitar Nongkojajar ini, para pengunjung juga dapat memetik buah apel di Perkebunan Apel Khrisna yang terletak di Desa Andono Sari dan berkunjung ke KPSP (Koperasi Peternak

Sapi Perah) Setia Kawan untuk membeli susu segar dan tahu susu. Pengunjung juga dapat membeli sayuran organik di Condigo Argo Herbal di Desa Tuttur ini. Keanekaragaman hayati di Desa Tuttur ini mendorong Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pasuruan mengembangkannya sebagai desa wisata pada tahun 2016 ini.

Ketiga, Bhakti Alam *Farm* bertempat di Desa Ngembal Kecamatan Tuttur adalah merupakan salah satu tempat wisata yang berbasis pada wisata buah dengan menempati lahan seluas 50 Ha dan terdiri dari 40 jenis buah dan masing-masing buah terdiri dari kurang lebih 15 buah antara lain: buah durian (montong, bajul, kancil, lokal), klengkeng pingpong, mangga, buah naga, golden melon, semangka, jeruk dan lain-lain, dan juga dilengkapi dengan peternakan sapi perah sekaligus pengepakannya, ada juga *guest House/cottage* serta area bermain anak-anak dan *camping ground*.

1.3 Kabupaten Probolinggo

Wawancara dilakukan dengan para informan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Badan Perencanaan Pembangunan, dan melakukan pengamatan langsung kondisi lokasi wisata meliputi Seruni Point, Air Terjun Madakaripura, Pantai Bentar dan Desa Wisata Ngadisari. Destinasi-destinasi tersebut adalah:

Pertama, Air Terjun Madakaripura, yang terletak di Kecamatan Lumbang. Air terjun ini masih termasuk di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Air terjun Madakaripura ini berbentuk ceruk dengan perbukitan yang mengelilinginya, pada seluruh bidang tebingnya meneteskan air. Rute yang harus ditempuh untuk sampai ke air terjun madakaripura kurang lebih 1 jam 14 menit dari Seruni Point. Bagi wisatawan yang dari Bali juga bisa mengunjungi Air Terjun Madakaripura sebelum menuju Bromo dengan waktu tempuh kurang lebih 9 jam 20 menit.

Kedua, Pantai Bentar, terdapat di Desa Gending, Kecamatan Gending. Penampakan Hiu Tutul atau *whale shark* merupakan hal yang menarik di pantai ini. Biasanya mereka muncul dan tampak pada bulan Januari - Maret. Jaraknya sekitar 1 kilo dari bibir

pantai. Konon hiu ini sedang bermigrasi dari Laut Australia karena perubahan kalender cuaca. Selain itu juga terdapat wahana bermain anak-anak antara lain menarik kereta pantai sehingga sangat cocok untuk liburan keluarga.

Ketiga, Songa *Adventure* di sungai Pekalen mempunyai aliran sungai sangat deras cukup memacu adrenalin kita. Wisata Rafting di Probolinggo yang banyak dikunjungi oleh penggemar rafting yang berasal dari luar Provinsi Jawa Timur. Rafting Songa menawarkan tiga paket yaitu rafting songa bawah, rafting songa atas, dan paket *outbond* serta penginapan.

Keempat, adalah Randutatah yakni destinasi wisata yang terletak di Desa Randutatah, Kecamatan Paiton. Destinasi ini merupakan wisata mangrove yang lebih dikenal dengan nama pantai "DUTA" dan untuk mencapai bibir pantai para wisatawan masih harus menempuh perjalanan dengan kondisi jalan yang belum seluruhnya diaspal, sehingga semakin meningkatkan suasana alami destinasi wisata ini. Para wisatawan akan menemukan beberapa *spot* untuk melakukan *selfie* dengan latar belakang pemandangan hutan mangrove yang masih asri. Selain itu terdapat sarana bermain anak-anak sehingga cocok untuk liburan keluarga.

1.4 Kabupaten Lumajang

Penggalan potensi destinasi wisata di lokasi penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan Dinas Kehutanan, Dinas Pariwisata, Badan Perencanaan dan Pembangunan, Kepala Desa Argosari, dan Romo Dukun desa Argosari. Hasil wawancara memberikan informasi bahwa terdapat beberapa potensi destinasi wisata yang telah ada dan diharapkan mampu menunjang wisata ke Gunung Bromo, yaitu Puncak B-29, Ranu Pane, Pura Mandaragiri Agung di Kecamatan Senduro, dan Air Terjun Tumpak Sewu. Deskripsi keempat destinasi wisata ini adalah sebagai berikut:

Pertama, Puncak B-29 yang berada di Desa Argosari, Kabupaten Lumajang. Puncak B-29 merupakan bagian dari TNBTS, dengan ketinggian 2.900 meter di atas

permukaan laut. Destinasi wisata ini dikenal pula dengan nama "Negeri Diatas Awan" karena para pengunjung dapat langsung melihat gugusan awan yang menyelimuti wilayah Gunung Bromo. Untuk mengunjungi Puncak B-29, para pengunjung dapat menempuh perjalanan dari Kota Lumajang ke arah kecamatan Senduro dan langsung naik menuju Desa Argosari.

Kedua, Ranu Pane Ranu Pane adalah objek wisata yang terletak di Desa Ranu Pani, Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang, dan merupakan bagian dari TNBTS, sebuah danau hijau seluas 1 hektar. Dari tempat ini, pengunjung dapat melihat Gunung Semeru dengan puncak Mahameru yang berdiri megah dengan kaldera di sekitar kawah dan menjadi salah satu tempat wisata favorit bagi pecinta pendakian ke Gunung Semeru karena danau Ranu Pane merupakan lokasi *transit trekking* pendakian ke Ranu Kumbolo dan jalur *hiking* ke Gunung Semeru (3.767m dpl).

Ketiga, Pura Mandaragiri Semeru Agung adalah pura yang paling dituakan oleh masyarakat Hindu. Hampir setiap hari, ada masyarakat Bali yang berdoa di Pura ini, apalagi di hari-hari libur. Puncaknya saat *piodalan* (ulang tahun Pura) sekitar bulan Juli. Ribuan masyarakat Bali membanjiri Pura ini dan berdoa, serta menampilkan kesenian-kesenian Bali.

Keempat, Air Terjun Tumpak Sewu yang berlokasi di Desa Sidomulyo, Kecamatan Pronojiwo. Destinasi wisata ini juga dikenal dengan nama Coban Sewu atau Grojogan Sewu. Para pengunjung akan menemukan beberapa pintu masuk ke lokasi wisata, salah satu yang direkomendasikan adalah pintu masuk dengan Gapura yang bertuliskan "Serpihan Surga itu Ada".

2 Peran dan Pengembangan Destinasi Wisata Lokal di Wilayah Sekitar Gunung Bromo dalam Mendukung Pengelolaan Wisata

2.1 Kabupaten Malang

Destinasi wisata berupa empat desa wisata yaitu desa wisata Ngadas, Poncokusumo, Gubugklakah dan Jeru diharapkan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan

masyarakat sebagai tujuan utama bukan meningkatkan sekedar pendapatan asli daerah. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa pembangunan desa wisata sebagai penunjang wisata Gunung Bromo bertujuan untuk meningkatkan peran masyarakat dalam kepariwisataan yang bertujuan utama meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, terungkap bahwa pengembangan keempat destinasi wisata ini diarahkan terutama sebagai desa yang mandiri dimasa mendatang. Desa wisata Ngadas terutama dikembangkan ke arah wisata budaya, terutama budaya suku Tengger. Sementara itu, desa wisata Jeru dikembangkan sebagai wisata agro dengan penekanan pada hasil-hasil pertanian untuk menunjang ekowisata. Konsep pengembangan yang sama dengan desa wisata Jeru, juga telah dikembangkan di desa Poncokusumo. Hal ini terjadi karena kawasan kecamatan Poncokusumo merupakan kawasan agropolitan dalam *master plan* Kabupaten Malang. Lebih lanjut, desa wisata Gubugklakah lebih dikembangkan ke arah wisata minat khusus dan wisata edukasi sapi perah. Upaya pengembangan daya tarik wisata, selain dilakukan oleh masing-masing desa wisata, juga difasilitasi oleh Pemerintah Kabupaten melalui penyelenggaraan *event* desa wisata dalam pameran Malang Fair.

2.2 Kabupaten Pasuruan

Ketiga destinasi wisata di Kabupaten Pasuruan yaitu Desa Wisata Ngadas, Desa Tutur, dan Bhakti Alam tidak memiliki peran spesifik sebagai pendukung wisata Gunung Bromo. Ketiganya berkembang secara alamiah sesuai karakteristik dan kondisi destinasi wisata tersebut, dengan tujuan utama adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Peran dalam peningkatan pendapatan asli daerah juga tidak terlihat dari ketiga destinasi wisata tersebut. Konsep pengembangan destinasi wisata lokal bersifat mendukung pengembangan wisata sekitar Gunung Bromo.

Pengembangan destinasi wisata baru untuk menunjang Gunung Bromo telah direncanakan oleh Pemerintah Daerah, agar destinasi tersebut lebih berkembang maka akan dilakukan perbaikan infrastruktur akses jalan ke wilayah sekitar Gunung

Bromo. Selain pengembangan akses jalan juga akan dilakukan pengembangan destinasi wisata baru yang menunjang wisata Gunung Bromo yaitu desa wisata, *seaworld*, dan *catching area* para wisatawan yang akan berkunjung ke Bromo.

Selain itu, pengembangan destinasi wisata di sekitar Gunung Bromo juga dilakukan melalui promosi. Promosi tersebut berupa penyelenggaraan *event-event* yang langsung terkait dengan wisata di sekitar Gunung Bromo yaitu Bromo *Cycling*, Bromo *Adventure*, dan Bromo *Marathon*. Selain promosi dengan menyelenggarakan *event* yang berkaitan dengan Wisata Gunung Bromo, juga akan dilakukan pemasangan petunjuk arah (*billboard*) ke Bromo dan kerjasama dengan Travel.

2.3 Kabupaten Probolinggo

Potensi destinasi wisata di Probolinggo sebagai penunjang wisata gunung Bromo memiliki peran terutama untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Peran Air Terjun Madakaripura dalam peningkatan PAD. Peran dalam peningkatan PAD juga diterapkan kepada wisata pantai Bentar dan Songa *Adventure*. Pantai Bentar sepenuhnya dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Probolinggo. Pada sisi lain, Songa *Adventure* dikelola sepenuhnya oleh pihak swasta dan Pemerintah Kabupaten hanya membantu dari sisi pemasaran destinasi wisata ini.

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa Pemerintah Daerah mendapatkan PAD dari pajak yang dibayarkan oleh pihak swasta dan juga melalui harga tiket masuk dengan MOU selama 5 atau 10 tahun. Fakta yang berbeda dengan ketiga destinasi wisata tersebut adalah pantai Randutatah. Pantai Randutatah merupakan hasil kemitraan dengan PLTU Paiton dan sedang dalam proses pengembangan serta lebih diutamakan sebagai wisata studi lingkungan, sehingga Pemerintah Daerah hanya memungut tiket masuk yang relatif murah.

Arah pengembangan destinasi wisata Air Terjun Madakaripura, selain sebagai alternatif dan penunjang wisata ke gunung Bromo juga dikembangkan beberapa jenis wisata. Sementara itu, pengembangan destinasi wisata Pantai Bentar lebih

diarahkan untuk melestarikan lingkungan terutama bagi pengembangan destinasi wisata baru yaitu wisata terumbu karang yang terdapat di Pulau Gili Ketapang.

Lebih lanjut, destinasi wisata Songa *Adventure* memiliki arah pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di sekitar arung jeram ini yaitu danau Ranu Segaran, Kebun Teh, dan Danau Ranu Agung. Pengembangan destinasi wisata Pantai Randutatah diarahkan pada wisata teknologi dan wisata alam (*ecowisata*) yaitu hutan mangrove dan cemara laut. Pemerintah Kabupaten, juga berencana mengembangkan destinasi wisata ini sebagai sosiowisata dan merupakan perwujudan dari program CSR PLTU Paiton terutama mengelola zona penelitian.

2.4 Kabupaten Lumajang

Potensi destinasi wisata sekitar Gunung Bromo di Kabupaten Lumajang, lebih diarahkan untuk memperkenalkan wisata Kabupaten Lumajang yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan masyarakat melalui kunjungan para wisatawan dengan memberdayakan Pokdarwis dalam desa wisata. Peran ini terutama ditujukan untuk destinasi wisata Puncak B-29 dan Air Terjun Tumpak Sewu yang baru diperkenalkan pada tahun 2015. Sementara itu, destinasi wisata Ranu Pane lebih ditekankan untuk berperan sebagai kawasan konservasi keanekaragaman hayati yang banyak terdapat di destinasi wisata ini. Destinasi wisata Pure Agung Kecamatan Senduro telah ada dan berkembang sejak lama, sehingga destinasi wisata ini selain sebagai wisata religi masyarakat Hindu Bali juga telah terbukti memberikan kontribusi yang nyata pada peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah daerah melalui pajak hotel dan restoran.

Lebih lanjut, pengembangan keempat destinasi wisata diatas pada umumnya diarahkan ke wisata alam. Informan dari Dinas Pariwisata, mengungkapkan beberapa jenis pengembangan ke empat destinasi wisata tersebut, misalnya untuk Air Terjun Tumpak Sewu yang dikembangkan menjadi destinasi wisata minat khusus berbasis masyarakat. Sementara itu, harapan Kepala

Desa Argosari, pengembangan destinasi wisata Puncak B-29 bisa lebih diarahkan ke peningkatan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pengembangan wisata Ranu Pane, selain sebagai sumber keanekaragaman hayati, juga bertujuan meningkatkan akses jalan tembus menuju ke Kabupaten Malang yaitu wilayah Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo, sehingga Kabupaten Lumajang tidak lagi terisolir. Sementara itu, destinasi wisata Pure Agung sebagai destinasi yang telah lama eksis dan dikenal, diharapkan mampu meningkatkan pengembangan potensi destinasi wisata lainnya di Kecamatan Senduro sebagai wisata religi. Potensi destinasi wisata tersebut meliputi wisata hutan bambu sebagai wisata edukasi, wisata buatan pemandian Selokambang, dan agrowisata pengembangan kambing Esen (Etawa Senduro).

3. Analisis Kinerja Ekonomi Pariwisata di Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengoperasionalkan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menilai kinerja ekonomi wisata di sekitar Gunung Bromo. Agar analisis IPA dapat dioperasionalkan maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada para responden di beberapa obyek wisata di lokasi penelitian. Para responden tersebut ditemukan secara acak (*simple random sampling*).

Para responden penelitian ini mendapatkan duapuluh pernyataan yang disusun dalam skala Likert dalam lima tingkat yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Keseluruhan pernyataan dalam kuesioner tersebut memiliki hubungan tingkat kesesuaian. Namun demikian, tingkat kesesuaian masih belum menunjukkan posisi produk/jasa dalam kuadran IPA tetapi menunjukkan apakah ekspektasi telah sesuai dengan kenyataan yang diterimanya ketika menggunakan produk/jasa tersebut.

Tingkat kesesuaian dalam penelitian ini diukur dalam dua variabel utama yaitu harapan dan kinerja. Kedua variabel tersebut mencerminkan sepuluh indikator yaitu kualitas manajemen, kemudahan akses, kualitas jalan, harga, informasi, ketersediaan membayar, sarana komunikasi, sarana akomodasi, keasrian dan keberlanjutan jasa yang

diberikan. Tingkat kesesuaian selanjutnya diukur berdasarkan hasil jawaban responden penelitian. Tingkat kesesuaian ini kemudian akan diolah kembali untuk menunjukkan posisi kinerja dan harapan para wisatawan di masing-masing lokasi penelitian dalam bentuk kuadran IPA.

Berdasarkan itu, analisis IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance*, seperti terlihat pada gambar 1. Pada penelitian ini, konsumen merupakan wisatawan yang berkunjung ke lokasi destinasi wisata di lokasi penelitian sedang perusahaan merupakan penyedia destinasi wisata tersebut yang meliputi seluruh fasilitas destinasi wisata dan manajemen destinasi wisata. Hasil analisis IPA masing-masing lokasi penelitian diuraikan dibawah ini.

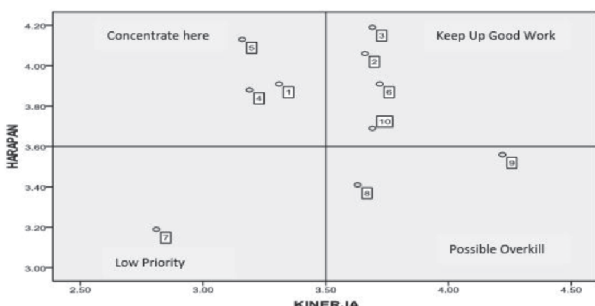
3.1 Analisis IPA Kabupaten Malang

Tabel 1. Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Harapan di Kabupaten Malang

Indikator	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian
Kualitas Manajemen	3.31	3.91	85%
Akses	3.66	4.06	90%
Kualitas Jalan	3.69	4.19	88%
Harga	3.19	3.88	82%
Informasi	3.16	4.13	77%
Ketersediaan Membayar	3.72	3.91	95%
Sarana Komunikasi	2.81	3.19	88%
Sarana Akomodasi	3.63	3.41	106%
Keasrian	4.22	3.56	118%
Keberlanjutan	3.69	3.69	100%

Sumber: Jawaban Responden Penelitian, diolah

Gambar 3 menyajikan hasil output SPSS untuk pendeskripsian sepuluh indikator yang dioperasionalkan dalam penelitian ini dalam kuadran IPA.



Gambar 3 Analisis IPA Kabupaten Malang

Indikator sarana akomodasi dan keasrian diekspektasi terlalu rendah oleh para responden penelitian. Menarik untuk dicermati terdapat satu indikator yang memiliki tingkat kesesuaian sama antara kinerja dan harapan yaitu indikator keberlanjutan. Sementara itu, indikator lainnya diekspektasikan terlalu tinggi yaitu indikator kualitas manajemen, akses, kualitas jalan, harga, informasi, ketersediaan membayar dan sarana komunikasi di lokasi obyek wisata Kabupaten Malang. Indikator kualitas manajemen, harga dan informasi di Kabupaten Malang berada pada kuadran prioritas utama (*concentrate here*).

Berdasarkan gambar tersebut, Pemerintah Daerah seharusnya mampu meningkatkan kualitas manajemen pada lokasi obyek wisata, dengan memfokuskan pada pengelolaan, keterjangkauan harga, dan kemudahan akses informasi. Pada sisi lain, indikator kemudahan akses, kualitas jalan, kebersediaan membayar, dan keberlanjutan berada pada kuadran pertahankan prestasi (*keep up the good work*). Para wisatawan memberikan nilai tinggi terhadap kemudahan akses ke lokasi wisata yang dipengaruhi oleh kualitas jalan.

Lebih lanjut, indikator sarana komunikasi memiliki prioritas rendah (*low priority*). Para wisatawan nampaknya tidak menganggap indikator ini sebagai variabel utama untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Sementara itu, indikator keasrian dan sarana akomodasi sudah dianggap terlalu berlebihan (*possible overkill*).

Pemerintah daerah lebih baik mengalokasikan sumber dayanya untuk memperbaiki kualitas manajemen, harga dan keterbukaan informasi wisata daripada mengembangkan dan meningkatkan keasrian dan sarana akomodasi karena kedua indikator ini sudah dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan. Hal ini mengandung makna bahwa untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, pelaku wisata sekitar Gunung Bromo harus meningkatkan kualitas pelayanan antara lain kualitas *homestay*, kualitas alat transportasi.

Selain itu, para responden memandang bahwa harga yang dibebankan untuk menikmati destinasi wisata masih terlalu tinggi sehingga harus dipertimbangkan penurunan harga paket wisata. Lebih lanjut, para wisatawan belum memperoleh informasi sepenuhnya tentang

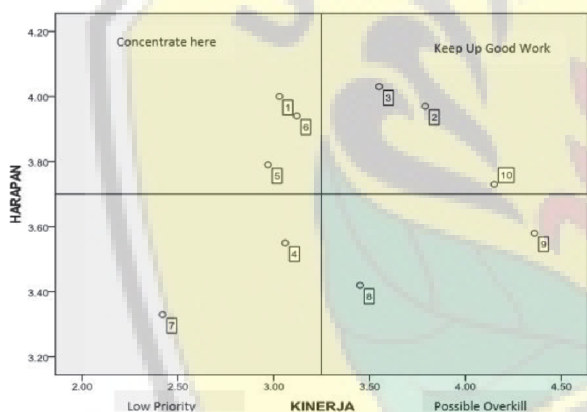
lokasi wisata di sekitar Gunung Bromo, sehingga keterbukaan informasi antara lain terkait kemudahan akses ke lokasi wisata, fasilitas destinasi wisata, dan pelayanan yang diberikan.

3.2 Analisis IPA Kabupaten Pasuruan

Tabel 2 Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Harapan di Kabupaten Pasuruan

Indikator	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian
Kualitas Manajemen	3.03	4.00	76%
Akses	3.79	3.97	95%
Kualitas Jalan	3.55	4.03	88%
Harga	3.06	3.55	86%
Informasi	2.97	3.79	78%
Ketersediaan Membayar	3.12	3.94	79%
Sarana Komunikasi	2.42	3.33	73%
Sarana Akomodasi	3.45	3.42	101%
Keasrian	4.36	3.58	122%
Keberlanjutan	4.15	3.73	111%

Sumber: Jawaban Responden Penelitian, diolah



Gambar 4 Analisis IPA Kabupaten Pasuruan

Tiga indikator yang diekspektasi terlalu rendah yaitu sarana akomodasi, keasrian dan keberlanjutan. Pada sisi lain, terdapat tujuh indikator yang kinerjanya tidak sesuai dengan harapan yaitu kualitas manajemen, kemudahan akses, kualitas jalan, harga, informasi, kebersediaan membayar, dan sarana komunikasi. Wisatawan di Kabupaten Pasuruan mempersepsikan bahwa sarana komunikasi dan keterjangkauan harga sebagai faktor yang memiliki prioritas rendah untuk dikembangkan dalam meningkatkan kinerja pariwisata di Kabupaten Pasuruan.

Prioritas pengembangan kinerja pariwisata Kabupaten Pasuruan adalah kualitas manajemen pengelolaan lokasi wisata, ketersediaan informasi dan kebersediaan membayar. Ketiga indikator ini dapat menjadi fokus peningkatan kinerja

pariwisata di Kabupaten Pasuruan. Sementara itu, kemudahan akses dan kualitas jalan merupakan dua hal yang harus dipertahankan karena telah memiliki kinerja yang baik. Para wisatawan akan memberikan rekomendasi kepada wisatawan lainnya untuk berkunjung ke Kabupaten Pasuruan karena kedua hal ini, sehingga keberlanjutan gairah pariwisata di kabupaten Pasuruan dapat terus dipertahankan.

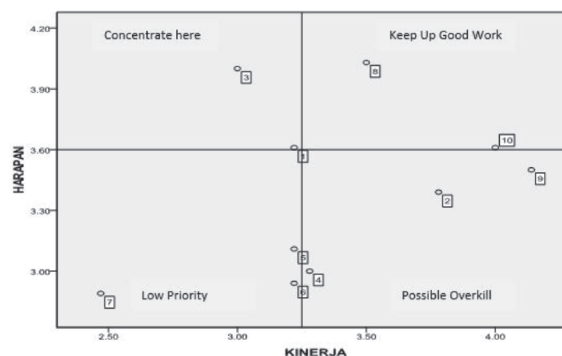
Indikator sarana akomodasi dan keasrian berada pada kuadran *possible overkill*. Hal ini mengandung makna bahwa para wisatawan mengharapkan agar alokasi sumber daya diprioritaskan pada indikator lainnya yang masih memerlukan pengembangan. Kinerja sarana akomodasi terutama penyediaan makanan, minuman dan souvenir telah memadai dan dipandang tidak perlu lagi dikembangkan, demikian pula dengan keasrian obyek wisata di Kabupaten Pasuruan. Dengan demikian, pembangunan pariwisata di Kabupaten Pasuruan dapat diprioritaskan pada indikator manajemen pengelolaan lokasi wisata, ketersediaan informasi pariwisata dan kebersediaan membayar para wisatawan.

3.3 Analisis IPA Kabupaten Probolinggo

Tabel 3 Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Harapan di Kabupaten Probolinggo

Indikator	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian
Kualitas Manajemen	3.22	3.61	89%
Akses	3.78	3.39	111%
Kualitas Jalan	3.00	4.00	75%
Harga	3.28	3.00	109%
Informasi	3.22	3.11	104%
Ketersediaan Membayar	3.22	2.94	109%
Sarana Komunikasi	2.47	2.89	86%
Sarana Akomodasi	3.50	4.03	87%
Keasrian	4.14	3.50	118%
Keberlanjutan	4.00	3.61	111%

Sumber: Jawaban Responden Penelitian, diolah



Gambar 5 Analisis IPA Kabupaten Probolinggo

Para responden memberikan ekspektasi yang terlalu tinggi terhadap kualitas manajemen, kualitas jalan, sarana komunikasi, dan sarana akomodasi di obyek wisata yang dikunjungi. Hal ini terbukti dengan rata-rata nilai kinerja yang lebih rendah dibandingkan dengan harapan para responden. Sedang indikator lainnya diekspektasi terlalu rendah yaitu harga, kemudahan akses, informasi, ketersediaan membayar, keasrian dan keberlanjutan.

Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa indikator kualitas manajemen dan kualitas jalan seharusnya menjadi prioritas untuk pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisata. Para responden penelitian memandang bahwa pengelolaan kegiatan wisata masih belum optimal, khususnya pengelolaan akomodasi penginapan/hotel, yang diekspektasikan terlalu tinggi dibandingkan dengan kondisi sesungguhnya.

Kualitas jalan juga mendapatkan perhatian para wisatawan. Sementara itu, indikator sarana akomodasi terutama fasilitas penjualan makanan, minuman dan souvenir di lokasi wisata dan indikator keberlanjutan dipandang perlu dipertahankan. Para wisatawan merasa bahwa kinerja pada sarana akomodasi penjualan makanan, minuman dan souvenir telah tersedia secara luas dan mudah untuk dijangkau. Namun demikian, para wisatawan mempersepsikan bahwa indikator kemudahan akses, keterjangkauan harga dan keasrian sebagai indikator kinerja dan pengembangan pariwisata yang tidak penting di Kabupaten Probolinggo.

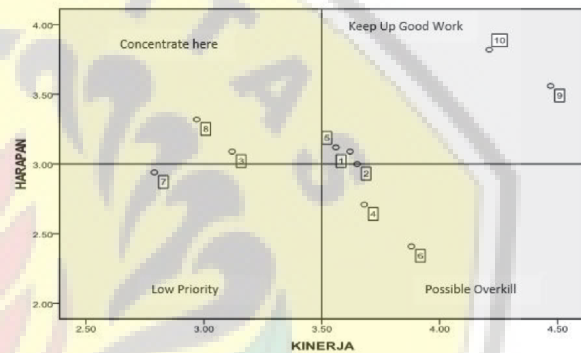
Ketiga indikator ini bukan merupakan prioritas utama pengalokasian sumber daya karena indikator ini telah tersedia dalam jumlah memadai dan dapat dijangkau oleh para wisatawan pada harga berapapun. Pada sisi informasi, ketersediaan membayar, dan sarana komunikasi merupakan indikator kinerja yang memiliki prioritas rendah untuk dikembangkan dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Probolinggo. Sebaiknya alokasi sumber daya diprioritaskan terutama kepada indikator kualitas manajemen pengelolaan pariwisata dan peningkatan kualitas jalan.

3.4 Analisis IPA Kabupaten Lumajang

Tabel 4 Tingkat Kesesuaian antara Kinerja dan Harapan di Kabupaten Lumajang

Indikator	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian
Kualitas Manajemen	3.62	3.09	117%
Akses	3.65	3.00	122%
Kualitas Jalan	3.12	3.09	101%
Harga	3.68	2.71	136%
Informasi	3.56	3.12	114%
Ketersediaan Membayar	3.88	2.41	161%
Sarana Komunikasi	2.79	2.94	95%
Sarana Akomodasi	2.97	3.32	89%
Keasrian	3.50	3.56	118%
Keberlanjutan	3.61	3.82	111%

Sumber: Jawaban Responden Penelitian, diolah



Gambar 6 Analisis IPA Kabupaten Lumajang

Indikator sarana komunikasi dan akomodasi diekspektasi terlalu tinggi oleh para wisatawan artinya antara harapan dan kenyataan lebih rendah kenyataan yang terjadi. Pada sisi lain, indikator akses, kualitas jalan, harga, kualitas manajemen, informasi, ketersediaan membayar, keasrian dan keberlanjutan diekspektasikan terlalu rendah, yang berbeda dengan fakta yang diterima di obyek wisata. Prioritas utama kinerja pariwisata Kabupaten Lumajang adalah indikator kualitas jalan dan sarana akomodasi yaitu penjualan makanan, minuman dan souvenir.

Para wisatawan menganggap bahwa kualitas jalan masih belum memadai ketika berwisata ke Kabupaten Lumajang, sehingga perlu menjadi perhatian utama pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas jalan terutama yang menuju ke lokasi obyek wisata. Hal yang sama terjadi pada penyediaan dan ketersediaan sarana akomodasi berupa makanan, minuman dan souvenir, masih dirasa kurang ketersediaannya.

Indikator kualitas manajemen pengelolaan wisata, ketersediaan informasi, keasrian dan keberlanjutan telah memiliki kinerja yang baik dan perlu dipertahankan. Pada sisi lain, para wisatawan memandang bahwa keterjangkauan harga dan ketersediaan membayar bukan merupakan faktor kinerja pariwisata yang penting lagi untuk dikembangkan. Kedua indikator ini dianggap indifferen karena pada harga berapapun, para wisatawan di Kabupaten Lumajang akan mampu membayarnya.

Sementara itu, variabel sarana komunikasi dianggap sebagai indikator yang tidak perlu dikedambangkan lagi atau memiliki prioritas yang rendah untuk menunjang pariwisata kabupaten Lumajang. Indikator yang menarik untuk dicermati yaitu indikator kemudahan akses. Indikator ini terletak tepat pada garis perpotongan antara *kuadran keep up the good work* dan *possible over kill*. Hal ini perlu menjadi perhatian pemerintah daerah untuk tetap mempertahankan keunikan obyek wisatanya atau dengan meningkatkan kemudahan akses ke lokasi wisata itu dengan tanpa mengorbankan daya tarik wisatanya.

4. Model Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi Destinasi Wisata Lokal yang Sesuai untuk Dikembangkan di Wilayah Sekitar Gunung Bromo dalam Upaya Mendukung Perekonomian Masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah

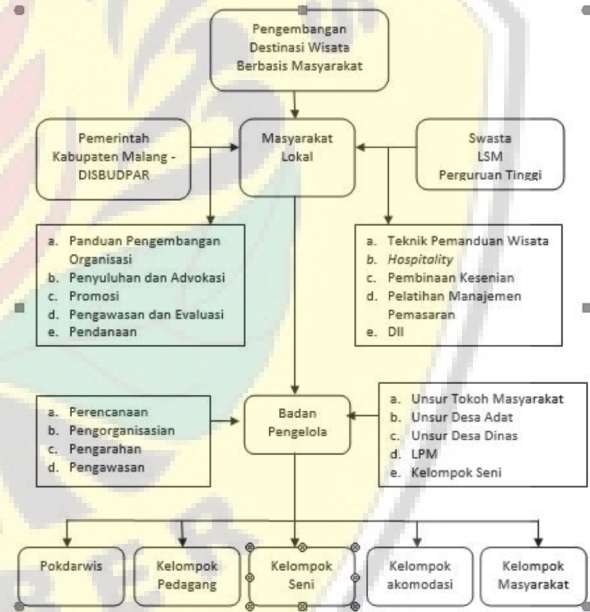
4.1. Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Malang

Pada uraian sebelumnya telah dijelaskan bahwa terdapat empat destinasi wisata lokal di sekitar Gunung Bromo yang diharapkan mampu menunjang wisata gunung Bromo yang berupa desa wisata yaitu Desa Ngadas, Desa Poncokusumo, Desa Gubugklakah, dan Desa Jeru. Hasil wawancara dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang mengungkapkan bahwa pengembangan desa wisata sebagai destinasi wisata antara lain dilakukan melalui penguatan sumber daya manusia di masing-masing desa wisata itu.

Selain itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga meningkatkan promosi desa wisata melalui penyelenggaraan Pesona Dewi Kabupaten Malang. Selain

melakukan pembinaan, Dinas juga melaksanakan evaluasi terutama kekurangan yang dimiliki desa wisata, yaitu ketiadaan inovasi yang dilakukan pengelola desa wisata. Pengembangan destinasi wisata khususnya desa wisata di sekitar gunung Bromo telah menerapkan pariwisata berbasis masyarakat.

Unsur-unsur pelestarian sumber daya alam melalui keanekaragaman hayati misalnya pengembangan taman bunga di desa Jeru, pengembangan wisata petik apel di Poncokusumo telah dilakukan. Unsur pelestarian budaya juga telah dilakukan di desa Ngadas, sebagai desa wisata adat. Sementara itu, unsur pengelolaan dengan melibatkan seluruh partisipasi masyarakat telah dilakukan diseluruh desa wisata bahkan di desa Gubugklakah telah dibentuk lembaga pengelola desa wisata.



Gambar 7 Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Malang

Pemenuhan atribut pariwisata berbasis komunitas berikutnya adalah adanya pembinaan masyarakat untuk mengelola destinasi wisata sekaligus meningkatkan kerjasama dengan stakeholder lainnya yaitu biro perjalanan dalam bentuk paket wisata. Pelibatan masyarakat juga nampak dalam wujud pembangunan *homestay* di masing-masing desa wisata, dimana pendanaannya untuk meningkatkan kualitas dan kapasitasnya memperoleh bantuan dari Pemerintah

Daerah selain pembangunan infrastruktur menuju lokasi desa wisata. Berdasarkan uraian di atas, maka model pengembangan destinasi wisata lokal berbasis masyarakat yang menunjang wisata Gunung Bromo.

Pengembangan destinasi wisata lokal yang melibatkan masyarakat harus melibatkan para stakeholder yaitu masyarakat lokal, pemerintah daerah, swasta, LSM dan Perguruan Tinggi. Pemerintah Daerah dalam model ini memberikan panduan pengembangan organisasi, pembinaan melalui penyuluhan dan advokasi, promosi, pengawasan dan evaluasi serta pendanaan. Sementara itu, pihak swasta, LSM dan perguruan tinggi memberikan sumber daya yang dimilikinya untuk teknik pemanduan wisata, keramahtamahan (*hospitality*), memberikan pelatihan manajemen pemasaran, dan melakukan pembinaan kesenian, serta kegiatan lain untuk menjaga dan memelihara kelestarian sumber daya alam dan budaya melalui peningkatan kapabilitas sumber daya dalam masyarakat.

Masyarakat lokal sebagai pelaku utama pariwisata berbasis masyarakat didorong untuk melakukan pembentukan lembaga pengelola pariwisata lokal dengan melibatkan unsur tokoh masyarakat, unsur desa dinas seperti kepala desa, sekretaris desa, unsur desa adat, kelompok-kelompok masyarakat lainnya seperti kelompok kesenian, kelompok tani atau kelompok peternak. Lembaga pengelola wisata tersebut memiliki fungsi untuk mengorganisasi, merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi seluruh pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan destinasi wisata lokal yaitu kelompok sadar wisata, para pedagang, pemain pertunjukan kesenian, kelompok pemilik homestay, dan kelompok masyarakat lainnya.

4.2. Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Pasuruan

Destinasi wisata penunjang sekitar Gunung Bromo di Kabupaten Pasuruan meliputi Desa Wisata Ngadiwono, Desa Tuter dan Bhakti Alam. Pengembangan destinasi wisata ini hanya sedikit melibatkan peran Pemerintah Kabupaten Pasuruan dalam pembinaannya, namun dalam pembentukannya pemerintah terlibat secara

aktif seperti pembentukan desa wisata Ngadiwono dan rencana pembentukan desa wisata Tuter pada tahun 2016.



Gambar 8 Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Pasuruan

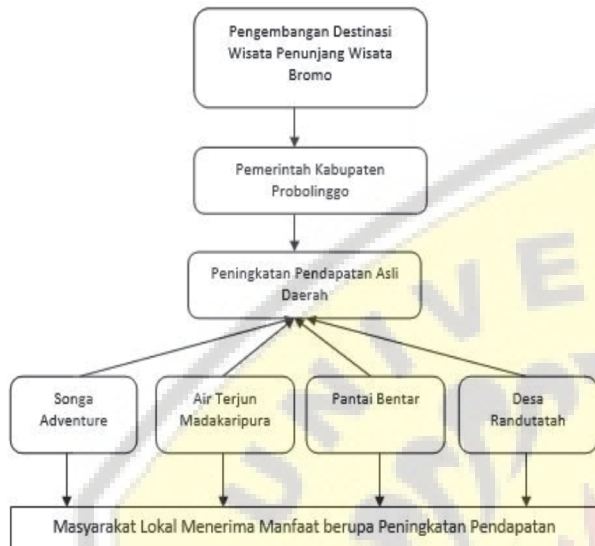
Peran pemerintah daerah sangat besar dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat. Pemerintah daerah selain mengembangkan destinasi wisata yang sudah ada maupun yang baru dengan melibatkan pihak swasta, pemerintah daerah juga merencanakan dan menentukan program pengembangan destinasi wisata yang akan dilakukannya termasuk antara lain penetapan desa wisata. Pelibatan masyarakat dalam model ini terwujud dalam bentuk adanya kelompok sadar wisata (Pokdarwis).

Kelompok ini distimulasi untuk melakukan identifikasi daya tarik wisata di daerahnya baik wisata alam, budaya maupun wisata edukasi. Kelompok ini selanjutnya menyampaikan hasil identifikasi kepada masyarakat sekaligus melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah daerah untuk memperoleh dukungan dan fasilitas yang diperlukan. Model ini sepenuhnya melibatkan masyarakat dan bercirikan atribut pariwisata berbasis masyarakat setelah potensi daya tarik wisata berhasil teridentifikasi. Apabila daya tarik ini masih belum sepenuhnya teridentifikasi maka pelibatan masyarakat masih tergantung pada peran dan kebijakan pemerintah daerah.

4.3. Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Probolinggo

Kabupaten Probolinggo telah menetapkan empat kluster pengembangan pariwisata di daerahnya yaitu kulster Bromo, Bremi,

Bentar dan Binor. Pengembangan destinasi wisata yang menunjang Wisata Gunung Bromo dilakukan dengan memperhatikan keempat kluster pengembangan ini, yang meliputi Air Terjun Madakaripuro, Pantai Bentar, Songa Adventure, dan Desa Randutatah.



Gambar 9 Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Probolinggo

Air terjun Madakaripuro dikembangkan dengan melakukan MOU dengan pihak Perhutani karena lokasi destinasi wisata ini berada di wilayah Perhutani, sedang akses ke lokasi merupakan aset Pemerintah Daerah, sehingga pengembangan lokasi ini menjadi wisata alam minat khusus bertujuan terutama meningkatkan pendapatan asli daerah. Hal yang sama terjadi pada pengembangan Pantai Bentar yang sepenuhnya dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Probolinggo, bahkan pengembangan pantai ini akan diarahkan untuk pengembangan daya tarik wisata terumbu karang di Pulau Gili Ketapang.

Sementara itu, Songa Adventure, sepenuhnya dikembangkan dan dikelola pihak swasta baik fasilitas maupun sarana dan prasarana menuju ke destinasi wisata ini, sehingga Pemerintah Daerah memperoleh peningkatan pendapatan daerah dari pajak. Pada sisi lain, destinasi wisata Desa Randutatah merupakan perwujudan dari program CSR PLTU. Paiton, yang akan dikembangkan menjadi wisata edukasi mangrove dan wisata teknologi tentang

pembangkit tenaga listrik.

Uraian di atas menunjukkan bahwa arah pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Probolinggo diarahkan untuk peningkatan pendapatan asli daerah dan pelestarian lingkungan. Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata terwujud dalam bentuk pembukaan lapangan pekerjaan baru baik jasa maupun kegiatan menjual barang, sehingga masyarakat menerima manfaat berupa peningkatan pendapatan. Pemerintah Kabupaten menyediakan seluruh fasilitas wisata, demikian pula sarana dan prasarana menuju ke lokasi wisata. Daya tarik wisata dikelola secara langsung oleh pemerintah, dengan sedikit melibatkan masyarakat melalui kelompok sadar wisata.

4.4. Penerapan CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Lumajang

Pengembangan wisata di Kabupaten Lumajang terutama diarahkan untuk wisata alam yaitu menjaga dan memelihara kelestarian alam sekaligus masyarakat dapat merasakan manfaat dari keberadaan destinasi wisata tersebut. Destinasi wisata yang berpotensi dikembangkan meliputi Puncak B-29, Air Terjun Tumpak Sewu, Ranu Pane dan Pure Agung Senduro.



Gambar 10 Strategi CBT pada Destinasi Wisata Lokal di Kabupaten Lumajang

Pemerintah Kabupaten Lumajang telah mengeluarkan dan menetapkan Peraturan Bupati tentang Desa Wisata yang diharapkan dapat mempercepat pemberdayaan dan pelibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisatanya. Dengan kata lain, pengembangan desa wisata tidak dibiarkan

tumbuh secara otomatis di masyarakat, namun dipercepat melalui penetapan peraturan yang memiliki kekuatan hukum sehingga pemerintah daerah dapat lebih cepat pula melakukan pembangunan dan pembinaan desa wisata sebagai destinasi wisata.

Model pengembangan tersebut, diharapkan tetap dapat menjaga kelestarian sumber daya alam sebagai ikon utama wisata Lumajang selain kemungkinan membuka akses transportasi. Selain itu, model pengembangan ini diharapkan melibatkan sepenuhnya partisipasi masyarakat, dimana pada tahap awal, pemerintah melakukan dan memperkenalkan sebuah destinasi wisata, memfasilitasi pembentukan kelompok sadar wisata, memfasilitasi sarana dan prasarana ke lokasi wisata, dan pada tahap selanjutnya, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan destinasi wisata yang telah dipromosikan pemerintah daerah.

Kesadaran masyarakat diharapkan tumbuh dan terwujud secara otomatis ketika manfaat dari kegiatan pariwisata di daerahnya telah benar-benar dirasakan. Tumbuhnya kesadaran masyarakat pada gilirannya akan memelihara kelestarian sumber daya alam dan menjaga keberlanjutan destinasi wisata sebagaimana konsep pariwisata berbasis masyarakat.

4.5. Strategi Generik Pengembangan Destinasi Pariwisata Sekitar Kawasan BTS

a. Strategi Pembangunan Destinasi Pariwisata Sekitar Kawasan BTS

Strategi pengembangan terhadap semua destinasi-destinasi pariwisata yang ada, dilakukan melalui strategi generik atau yang lebih berbasis atau perspektif pasar yaitu mengikuti tahapan-tahapan seperti, untuk atraksi harus dibuat dan diciptakan atraksi yang terintegrasi dan mampu menghasilkan destinasi yang kompetitif.

Atraksi yang dibuat di dalam destinasi tersebut bersifat semenarik mungkin dengan mengacu pada keinginan pasar, yakni para wisatawan yang menjadi konsumennya. Setiap destinasi pariwisata dapat menciptakan atraksi yang dikehendaki oleh para

konsumennya, dan mengingat keinginan konsumen sifatnya dinamis, maka kajian tentang keinginan ini harus dilakukan secara berkala. Selain perencanaan atraksi dibutuhkan pula pembangunan *branding* bagi setiap destinasi pariwisata. *Branding* sangat dibutuhkan karena dapat membedakan antara satu destinasi pariwisata dengan destinasi pariwisata yang lainnya. Meskipun terdapat dua destinasi yang relatif sama, namun dengan *branding* yang berbeda maka keduanya akan dianggap memiliki perbedaan. *Branding* akan menimbulkan *image* atau citra tersendiri bagi masing-masing destinasi pariwisata.

Sejalan dengan *branding* yang sangat penting adalah pembuatan ikon-ikon destinasi yang dapat diwujudkan dalam bentuk *souvenir* atau cinderamata terkait destinasi pariwisata tersebut. Dalam rangka mem-*branding* destinasi pariwisata, ikon inilah yang selanjutnya dapat dijadikan souvenir berupa cinderamata bagi para wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi pariwisata itu.

Aksesibilitas menjadi salah satu faktor penentu dari keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata. Aksesibilitas adalah bagaimana destinasi pariwisata yang ada mudah dijangkau dari segala arah oleh para wisatawan dari daerah Kabupaten tersebut, dari daerah dan Kabupaten lain, serta dari luar negeri, oleh wisatawan manca negara (wisman). Aspek konektivitas baik dengan pusat daya tarik wisata yakni BTS dengan *hub-hub* yang akan menghubungkan destinasi pariwisata tersedia dengan baik, lancar, dan aman.

Hal itu akan membutuhkan kerjasama lintas sektoral antara Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat yang baik. Daya tarik pariwisata tidak sekadar atraksi atau aksesibilitas dari destinasi pariwisata itu sendiri. Namun yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana destinasi pariwisata tersebut dapat menyediakan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung ke destinasi yang ada. Kenyamanan ini dapat terjadi apabila di dalam destinasi tersebut terdapat prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata yang disediakan manajemen destinasi pariwisata.

b. Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata Sekitar BTS

Strategi pemasaran destinasi pariwisata dapat dilakukan secara bersamaan dengan penciptaan produk sehingga tidak harus menunggu produk tersebut jadi. Strategi pemasaran yang tepat dan kuat akan mampu menjual produk destinasi pariwisata yang masih belum sempurna. Untuk itu strategi pemasaran ini mencakup *branding*, *advertising*, dan *selling*. Para manajer destinasi pariwisata sejak awal sudah harus memikirkan konsep produk. Setelah itu, ditentukan pula segmen pasar mana yang akan menjadi target penjualan produk destinasi pariwisata.

Segmen pasar yang jelas dengan target yang juga jelas, akan mempermudah manajemen destinasi pariwisata untuk melakukan *branding* terhadap destinasi pariwisata yang mereka bangun. Kesan/*image*/citra seperti apa yang ingin dipersepsikan para pengunjung terhadap destinasi pariwisata ini, akan menjadi pekerjaan rumah bagi manajemen destinasi.

Hal ini termasuk kapan strategi tersebut harus diintegrasikan atau diinovasi dengan atraksi-atraksi lainnya seperti mengundang tokoh-tokoh atau selebriti yang bisa menjadi daya tarik di destinasi wisata. Media *online* perlu dioptimalkan seperti membuat *website* destinasi wisata dan memasukkan alamat destinasi ini ke dalam peta (*map*) Google sehingga diakses dengan mudah oleh para calon wisatawan yang hendak berkunjung dan menuju ke destinasi tersebut.

Dalam rangka mem-*branding* dibutuhkan media untuk menyampaikan hal itu, apakah melalui media luar ruang atau media televisi, radio, media sosial dan seterusnya, yang sangat membantu terciptanya *brand* destinasi pariwisata tersebut. *Advertising* harus dilakukan dengan cara mengiklankan secara massal destinasi pariwisata ini sehingga dikenal luas para wisatawan.

Adanya media sosial akan sangat membantu dilakukannya pemasaran secara murah dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan kebutuhan. Untuk

melengkapi *branding* dan *advertising* tersebut yang paling penting untuk dicermati adalah bagaimana *selling* dapat dilakukan dengan mudah sehingga tidak menyulitkan para calon wisatawan yang akan datang atau berwisata di destinasi pariwisata.

Apakah penjualan dilakukan langsung, melalui agen-agen perjalanan, atau melalui *online* dan sebagainya. Target penjualan juga perlu ditetapkan misalnya seberapa banyak jumlah wisatawan dalam sehari, sebulan, dan dalam satu tahun

c. Strategi Pengembangan SDM dan Usaha/Industri Destinasi Pariwisata

Pembangunan destinasi pariwisata sangat tergantung pada manusia (sumberdaya manusia) sebagai pelaksana. Sebaik apapun destinasi wisata yang dibangun, tanpa adanya kapasitas dan kreativitas dari manajemen dan segenap karyawan yang menjadi pengelolanya tidak akan memberikan hasil yang maksimal.

Demikian halnya masyarakat sebagai pelaku sekaligus pendukung, juga harus dilakukan edukasi atau sosialisasi terkait pengembangan destinasi wisata di mana masyarakat tinggal. Ini penting karena masyarakat merupakan pasar dan sekaligus lingkungan yang memberikan dukungan sekaligus dapat menjadi ancaman.

Masyarakat yang berada di sekitar kawasan destinasi pariwisata juga menjadi pelaku wisata yang diharapkan memahami "sapta pesona pariwisata" yang dilambangkan dengan tujuh sinar matahari buah terdiri dari unsur: keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan.

Sapta pesona hendaknya *dibarengi* dengan gerakan sadar wisata sehingga sosialisasinya akan semakin luas di masyarakat. Bagi sektor usaha dan industri pariwisata dibutuhkan adanya standarisasi terhadap proses barang-barang yang dijual, disajikan dan dioperasikan di dalam destinasi wisata. Standarisasi dalam aspek keamanan, kebersihan, kesejukan, dan keindahan, keramahan, semuanya dipadupadankan sehingga akan dinikmati wisatawan dan memberikan kebaikan,

kesenangan, kepuasan para wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

d. *Resource-based View* dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata di Sekitar Kawasan BTS

Strategi pengembangan destinasi pariwisata tidak cukup hanya melihat keluar (*outward looking*) atau hanya melihat apa yang dikehendaki pasar semata, kemudian kita memenuhinya, sebagaimana disarankan oleh Porter (1995). Hal itu bersifat penting, namun tidak cukup apabila dikaitkan dengan semakin banyaknya pembangunan destinasi pariwisata akhir-akhir ini.

Untuk mengetahui sumberdaya berharga apa saja kiranya yang dimiliki dan akan dikembangkan agar dapat digunakan sebagai sumber daya saingnya, maka para ahli secara sederhana memformulasikannya dalam rumus VRIN, yang mengandung makna bahwa sumberdaya tersebut memiliki nilai atau *value*, langka atau *rare* (R), tidak mudah diimitasi/ditiru atau *inimitable* (I), dan sifatnya tidak terbarukan atau *non-renewable* (N).

Pembangunan destinasi pariwisata di sekitar kawasan BTS menggunakan pendekatan kombinasi antara strategi yang *outward looking* dengan *inward looking* tersebut diharapkan menghasilkan produk destinasi pariwisata yang lebih kreatif dan inovatif serta unggul. Pendekatan strategi ini akan mengurangi dampak buruk persaingan yang terjadi antar destinasi pariwisata yang dibangun, karena pendekatan ini menghasilkan produk destinasi, kapabilitas, kompetensi, serta *branding* yang berbeda dengan destinasi-destinasi wisata lainnya. Destinasi pariwisata sama-sama kebun apel atau strowberry akan menghasilkan output yang berbeda, apabila keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kombinasi antara strategi berbasis sumberdaya dan sekaligus strategi yang berbasis pasar.

KESIMPULAN

- 1) Destinasi wisata yang memiliki prospek untuk dikembangkan guna mendukung

pengelolaan wisata di sekitar Gunung Bromo, antara lain:

- a. Kabupaten Malang, terdapat 4 (empat) destinasi yang memiliki prospek untuk dikembangkan, antara lain: Desa Wisata Ngadas, Kecamatan Poncokusumo, Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusumo. Desa Wisata Poncokusumo, Desa Wisata Jeru, Kecamatan Tumpang,
 - b. Kabupaten Pasuruan, terdapat 3 (tiga) destinasi wisata yang memiliki prospek untuk dikembangkan, antara lain: Desa Ngadiwono, Desa Tuttur, Kecamatan Tuttur, Bhakti Alam, berlokasi di Desa Ngembal Kecamatan Tuttur,
 - c. Kabupaten Probolinggo, terdapat 4 (empat) destinasi wisata yang memiliki prospek untuk dikembangkan, antara lain: Air Terjun Madakaripura, Pantai Bentar, terdapat di Desa Gending, Kecamatan Gending. Randutatah, terletak di Desa Randutatah, Kecamatan Paiton.
 - d. Kabupaten Lumajang, terdapat 4 (empat) destinasi wisata yang memiliki prospek untuk dikembangkan, antara lain: Puncak B-29, Ranu Pane, terletak di Desa Ranu Pani, Kecamatan Senduro, Pura Mandaragiri Semeru Agung, Air Terjun Tumpak Sewu, Lokasi destinasi wisata ini terletak di Desa Sidomulyo, Kecamatan Pronojiwo.
- 2) Peran dan pengembangan potensi destinasi wisata lokal di wilayah sekitar Gunung Bromo dalam mendukung pengelolaan wisata.
 - a. Kabupaten Malang, Empat desa wisata yaitu desa wisata Ngadas, Poncokusumo, Gubugklakah dan Jeru diharapkan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan utama bukan sekedar meningkatkan pendapatan asli daerah. Desa wisata Ngadas ke arah wisata budaya, terutama budaya suku Tengger, desa wisata Jeru, desa Poncokusumo dikembangkan sebagai wisata agro dengan penekanan pada hasil-hasil pertanian untuk menunjang ekowisata
 - b. Kabupaten Pasuruan, destinasi wisata diarahkan pada penciptaan destinasi wisata pendukung baik yang baru

maupun yang saat ini masih berpotensi, pengembangan akses jalan, dan promosi melalui penyelenggaraan *event* dan pemasangan petunjuk arah yang terkait dengan Gunung Bromo dari sisi Kabupaten Pasuruan.

- c. Kabupaten Probolinggo, potensi destinasi wisata di Probolinggo, meliputi ekowisata dan sosiowisata yaitu pantai Randutatah, destinasi wisata Air Terjun Madakaripura sebagai wisata minat khusus, diarahkan ke agrowisata yaitu wisata petik madu, petik durian dan susu kambing etawa, Pantai Bentar lebih diarahkan untuk melestarikan lingkungan terutama bagi pengembangan destinasi wisata baru yaitu wisata terumbu karang yang terdapat di Pulau Gili Ketapang. *Songa Adventure* memiliki arah pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di sekitar arung jeram yaitu danau Ranu Segaran, Kebun Teh, dan Danau Ranu Agung. Pengembangan destinasi wisata Pantai Randutatah diarahkan pada wisata teknologi dan wisata alam (ecowisata) yaitu hutan mangrove dan cemara laut.
 - d. Kabupaten Lumajang, Potensi destinasi wisata Puncak B-29, Air Terjun Tumpak Sewu, Ranu Pane dan Pure Agung Kecamatan Senduro lebih ditekankan untuk berperan sebagai kawasan konservasi keaneragaman hayati yang banyak terdapat di destinasi wisata ini.
- 3) Analisis ekonomi terhadap prospek potensi destinasi wisata lokal dalam mendukung pengelolaan wisata di:
 - a. Kabupaten Malang, Pemerintah daerah lebih baik mengalokasikan sumber dayanya untuk memperbaiki kualitas manajemen, harga dan keterbukaan informasi wisata.
 - b. Kabupaten Pasuruan, Prioritas pengembangan kinerja pariwisata Kabupaten Pasuruan adalah kualitas manajemen pengelolaan lokasi wisata, ketersediaan informasi dan kebersediaan membayar.
 - c. Kabupaten Probolinggo, Pengelolaan akomodasi penginapan/hotel, yang diekspektasikan terlalu tinggi dibandingkan dengan kondisi sesungguhnya. Kualitas jalan juga mendapatkan perhatian para wisatawan. Sementara itu, indikator sarana akomodasi terutama fasilitas penjualan makanan, minuman dan souvenir di lokasi wisata dan indikator keberlanjutan dipandang perlu dipertahankan.
 - d. Kabupaten Lumajang, Perhatian utama pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas jalan terutama yang menuju ke lokasi obyek wisata. Hal yang sama terjadi pada penyediaan dan ketersediaan sarana akomodasi berupa makanan, minuman dan souvenir, masih dirasa kurang ketersediaannya.
- 4) Model strategi pengembangan berbasis destinasi wisata lokal yang sesuai dikembangkan di wilayah sekitar Gunung Bromo adalah berbasis kerakyatan (*Community Based Tourism Development*) dalam mendukung wisata Gunung Bromo. Model Strategi generik dari keempat lokasi penelitian meliputi:
 - a. Strategi Pembangunan Destinasi Pariwisata Sekitar Kawasan BTS melalui perencanaan atraksi, pembangunan *branding* bagi setiap destinasi pariwisata, pembuatan ikon-ikon destinasi, Aksesibilitas keterjangkauan lokasi destinasi pariwisata, dan amenities yaitu kenyamanan fasilitas umum, prasarana dan fasilitas pariwisata.
 - b. Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata BTS mulai dari *branding*, *advertising*, dan *selling*.
 - c. Strategi Pengembangan SDM dan Usaha/Industri Destinasi Pariwisata.
 - d. *Resource-based View* dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata di Sekitar Kawasan BTS

Secara sederhana menggunakan Rumus VRIN, bahwa sumberdaya tersebut memiliki nilai atau *value* (V), langka atau *rare* (R), tidak mudah diimitasi atau ditiru atau *inimitable* (I) serta sifatnya tidak terbarukan atau *non-renewable* (N).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Piter dkk. 2002. *Daya Saing Daerah : Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*. BPFPE. Yogyakarta.
- Ahmad Yani. 2002. *Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alikodra H.S. 1994. Dampak Rekreasi di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Informal Masyarakat Desa Sekitarnya (*Tesis*). Fakultas Pascasarjana IPB.
- Arsyad, Lincolin. 1999. *Ekonomi Pembangunan*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- ASEAN, ASEAN Community Based Tourism Standard, Jakarta, ASEAN Secretariat, January 2016
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Malang Dalam Angka 2015
- Kabupaten Pasuruan Dalam Angka 2015
- Kabupaten Probolinggo Dalam Angka 2015
- Kabupaten Lumajang Dalam Angka 2015
- Bahar, H. dan Marpaung, H. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. (terjemahan dari Judul Asli Research Dewign: *Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches, Third Editions*). Pustaka Pelajar. Jakarta.
- 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd editions)*. Yhousand Oaks, CA: Sage.
- Damanik, J dan Weber, H.F. 2006. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Davis, L.S. and Johnson K.N. 1987. *Forest Management*. Third Edition. McGrawHill Book Company. New York.
- Dewi, R. 2005. *Prospek Pengelolaan Fasilitas Rekreasi di Taman Hutan Raya DR. Muhammad Hatta Propinsi Sumatera Barat*. *Skripsi*. Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian USU. Tidak Diterbitkan.
- Gafur, Juliafitri Dj. 2008. "Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bitung (*Tesis*)". Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Hufschmidt. Maynard M, James David E, Meister Anton D, Bower. B.T, Dixon J.A. 1992. *Lingkungan, Sistem Alami, dan Pembangunan, Pedoman Penilaian Ekonomi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Karisma Widya, 2001. *Analisis Peran Industri Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Wonosobo*. Universitas Brawijaya.
- Martilla, J.A., dan J.C., James, 1977, Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 1 (Jan., 1977), pp. 77-79
- Munawir, S. 1997. *Perpajakan*, Liberty, Edisi Kelima Cetakan Kedua. Yogyakarta.
- Nugraha, R., A. Harsono dan Hari Adiinto, 2014, Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Bengkel "X" berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi Kasus Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang), *Reka Integra* No. 03 Vol 01 Januari 2014
- Oscar Ong, J dan J. Pambudi, 2014, Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@TI Undip*, Vol. IX, No. 1, Januari 2014
- Pearce, D. dan R. K Turner. 1990. *Economics of Natural Resources and The Environment*. Harvester Wheatsheaf.
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradnya Paramita.

- Rachmawati E. 2005. *Economic Advantages of Natural Tourism at Taman Nasional Gunung Gede Pangrango to The Local Community*. Jurnal dalam www.web.ipb.ac.id/~lppm/ID/index.php?view=penelitian/hasilcari&status=bu ka&idhaslit=DM/006.05/RAC/d (Maret 2009).
- Republik Indonesia, 2009, Undang- Undang Nomor 10 Tentang Kepariwisataan.
- , 2004, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Pemerintahan daerah
- , 2000, Undang-Undang Nomor 34, Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Rossmann G., and Rallis, S.F. 1998. *Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA:Sage.
- Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta:Kanisius.
- Stake, R.E. 1995. *The Art of Case Study research*. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Sukirno, S. 2004. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Witt S.F. and Mountinho L. 1995. *Tourism Marketing and Management Handbook*. Prentice Hall. Englewood Cliffs. New York.

