

e-ISSN : 2685-9075 | p-ISSN: 1907-9419



JURNAL KEPARIWISATAAN INDONESIA

JURNAL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN INDONESIA

VOL.15 | DESEMBER 2021

DIREKTORAT KAJIAN STRATEGIS
DEPUTI BIDANG KEBIJAKAN STRATEGIS
KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

wonderful
indonesia 

**SUSUNAN KEANGGOTAAN KELOMPOK KERJA KEGIATAN
PENERBITAN JURNAL KEPARIWISATAAN INDONESIA (JKI) DAN
E-JURNAL PADA DIREKTORAT KAJIAN STRATEGIS
TAHUN ANGGARAN 2021**

Penanggung Jawab : Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M
(*Person in Charge*)

Ketua Editor : Drs. Robby Ardiwidjaja, MBIT
(*Editor in Chief*)

Editor Bagian : 1. Norman Sasono, S.E, M.Si
(*Handling/Managing/Co-Editor*) 2. Dini Andriani, S.Sos, M.E

Dewan Editor (*Editorial Board*):

- a. Dewan Editor Internal : 1. Dr. Frans Teguh, M.A
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
2. Drs. Noviendi Makalam, MA
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
3. Dr. Sri Utari Widyastuti
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
4. Shanthony, SH, M.H
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
- b. Dewan Editor Eksternal 5. Dr. Heri Hermawan
Badan Pembinaan Ideologi Pancasila
6. Dr. Bashori Imron, M.Si,
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
(LIPI), Indonesia
7. Diena Lemy, A. Par, M.M
Scopus ID: 57193734223, SINTA
ID: 5990658, Universitas Pelita Harapan,
Indonesia
8. Busro
Scopus ID: 57205022652, UIN Sunan
Gunung Djati Bandung, Indonesia
9. Firdaus,
Scopus ID: 57221607180, STKIP PGRI
Sumatera Barat, Indonesia
10. Asep Miftahuddin
SCOPUS ID: 57216936988, Universitas
Padjadjaran, Indonesia
11. Hayat,
Scopus ID: 57216270482, Universitas
Islam Malang, Indonesia

12. Muhammad Arfin Muhammad Salim,
Scopus ID: 57195345354, Politeknik
Pariwisata Makassar, Indonesia
13. Faurani Santi Singagerda,
Scopus ID: 57201670863, Institute
Business and Informatics Darmajaya,
Indonesia

Mitra Bestari
(Peer-Reviewers)

- :
1. Prof Azril Azahari, Ph.D
Ikatan Cendekiawan Pariwisata Indonesia
(ICPI), Indonesia
 2. Prof. Dr. Janianton Damanik, M.Si
Scopus ID: 57192676817, Universitas
Gadjah Mada, Indonesia
 3. Prof. Jatna Supriatna, M.Sc, Ph.D
SINTA ID: 5998979, Universitas
Indonesia, Indonesia
 4. Prof. Dr. Muhammad Baiquni, M.A
Scopus ID: 57210758742, Universitas
Gadjah Mada, Indonesia
 5. Prof.Dr. Hj. Aan Komariah, M.Pd
Scopus ID: 57190879046, Universitas
Pendidikan Indonesia, Indonesia
 6. Dr. Bambang Rudito, M.Si
Scopus ID: 36632972600, Institut
Teknologi Bandung, Indonesia
 7. Dr. Rudyanto,
Scopus ID: 57219201228, Universitas Tri
Sakti, Indonesia
 8. Devi Roza Kausar, Ph.D, CHE
Scopus ID: 3514600550, Universitas
Pancasila, Indonesia
 9. Dr. Thomas Stefanus Kaihatu, M.M
Scopus ID: 57191488161, Universitas
Ciputra, Indonesia
 10. Dr. Astrid Kusumowidagdo S.T.,M.M
Scopus ID: 57192404810, Universitas
Ciputra
 11. Dr. Herlan Suherlan, M.M
Scopus ID: 57201673730, Sekolah Tinggi
Pariwisata Bandung, Indonesia
 12. Dr. Rahmi Setiawati
Scopus ID: 57192942985, Universitas
Indonesia, Indonesia
 13. Yuliani Dwi Lestari, PhD
Scopus ID: 55766034400, Universitas
Indonesia, Indonesia
 14. Nono Wibisono, PhD
Scopus ID: 57193737671, Politeknik
Negeri Bandung, Indonesia

15. Dr. BA (Hons)., Marcella Suryana,
MM.Par
Scopus ID: 57211457469, Politeknik
Negeri Bandung, Indonesia
16. Dwiesty Dyah Utami, S.ST.Par., MM.Par.,
M.Sc
Scopus ID: 57216290194, Sekolah Tinggi
Pariwisata Bandung, Indonesia

Editor Teknis (*Assistant Editor*):

- | | | |
|---|---|--|
| a. Editor Bahasa | : | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kiftiawati, S.S., M.Hum (Bahasa Indonesia) 2. Fitri Sumirah, SS (Bahasa Inggris) |
| b. Editor Layout | : | <ol style="list-style-type: none"> 1. Muhammad Iqbal Rosyidi, S.T 2. Maria Ulfa, S.Sos |
| Tim Teknologi Informasi
(<i>Journal Manager</i>) | : | <ol style="list-style-type: none"> 1. Liza Hesti, S.Kom 2. Debby Permatasari 3. Ahmad Muharom |
| Desain Grafis | : | Rizka Dyah Utami, S.E |
| Tata Usaha/Sekretariat | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Raditya, SE, M.Sc 2. Masfuhurrizqi Iman, S. Si 3. Fransiska Novieta Prabandari, S.E 4. Prastitya Priswi Kurniasih, MBA 5. Avid Wirayodha Nugraha, S.E 6. Shintya Priscillia Simanjutak, A.Md |



Creative Commons Share Alike

DAFTAR ISI

❑	COVER	i
❑	SUSUNAN REDAKSI	ii - iv
❑	DAFTAR ISI	v – vi
1	PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKONSEP KAPASITAS INOVASI DAERAH DI DESA TANJUNGPURA, KABUPATEN PANDEGLANG, PROVINSI BANTEN Sugeng Santoso, Syafaat Pradipta, Trubus Sumantono, Ari Ana Fatmawati	71 – 85
2	PENGUKURAN DAN BENCHMARKING EFISIENSI PARIWISATA DI PULAU JAWA-BALI-NUSA TENGGARA MENGGUNAKAN DATA ENVELOPMENT ANALYSIS TAHUN 2013-2017 Arif Kurnia Wicaksana, Erma Ziamah Fatoni	86 – 102
3	KONDISI EKSISTING DESTINASI PARIWISATA PANTAI LASIANA KOTA KUPANG BERDASARKAN ATRAKSI, AKSESIBILITAS, FASILITAS, KELEMBAGAAN, DAN EKOSISTEM PARIWISATA Jefirstson Richset Riwakore, Fellyanus Habaora, Tien Yustini	103 – 115
4	TELAAH TEORITIS-EMPIRIS POTENSI PANTAI HUNIMUA-LIANG PROVINSI MALUKU Ubaiyana	116 – 134
5	PERAN KLASSTER PARIWISATA TERHADAP EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANYUWANGI DI ERA INDUSTRI 4.0 Dias Satria, Joshi Maharani Wibowo	134 – 147
6	ANALISIS POTENSI WISATA MENGGUNAKAN INFORMASI GEOGRAFIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN BERBASIS MASYARAKAT DI DESA SUMBERAGUNG, GROBOGAN, JAWA TENGAH Adifa Risa Bagasta, Cahya Iswara, Adesty Lasally	148 – 157
7	MINAT BERWISATA KAUM MILENIAL DI ERA NEW NORMAL Ramayani Yusuf, Mira Veranita	158 – 167
8	BIODATA PENULIS	168 – 169
9	BIODATA DEWAN EDITOR	170 – 171
9	BIODATA MITRA BESTARI	172 – 173
10	PEDOMAN PENULISAN	174

**PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKONSEP KAPASITAS
INOVASI DAERAH DI DESA TANJUNGPURA,
KABUPATEN PANDEGLANG, PROVINSI BANTEN**
*Development of a Tourism Village with the Concept of Regional
Innovation Capacity in Tanjungpura Village, Pandeglang District,
Banten Province*

Sugeng Santoso¹, Syafaat Pradipta², Trubus Sumantono³, Ari Ana Fatmawati⁴

^{1,2,3,4}Universitas Mercubuana

Kampus Menteng, Jl. Menteng Raya No. 29, Jakarta Pusat 10340

sugeng.santoso@mercubuana.ac.id, syafaat.pradipta@gmail.com,

trubussumantono@gmail.com, ariana.aa66@gmail.com

Diterima: 21 April 2021. Disetujui: 06 Agustus 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Desa Tanjungpura merupakan salah satu desa yang terdapat di sekitar wilayah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Lesung, Provinsi Banten. Potensi yang dimiliki oleh Desa Tanjungpura adalah pariwisata dan ekonomi kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model desa wisata berbasis Kapasitas Inovasi Daerah yang diharapkan berkontribusi dalam kebijakan pembangunan dan pengelolaan desa wisata. Kapasitas Inovasi Daerah (KID) dikembangkan dari teori Kapasitas Inovasi Nasional (KIN). Pendekatan KID dilakukan melalui penyesuaian beberapa variabel terhadap faktor daerah, kluster industri yang dikembangkan, pengembangan ide fungsi produksi, dan kebijakan strategis daerah, terutama terkait pariwisata dan ekonomi kreatif. Survei dilakukan terhadap responden yang terdiri atas pemangku kebijakan, pengelola tempat wisata, mitra pengelola, pengunjung, dan pelaku ekonomi kreatif. Pengolahan data dilakukan dengan regresi eksponensial. Model desa wisata berbasis inovasi dikembangkan dengan KID sebagai variabel Y dan variabel X yang terdiri dari 33 variabel: 15 variabel Infrastruktur Umum Inovasi, 13 variabel Kluster Industri, dan 5 variabel Keterkaitan antara Infrastruktur Umum Inovasi dengan Kluster Industri. Tiga puluh tiga variabel X secara bersama-sama mempengaruhi KID dan dapat untuk memprediksi KID sebesar 72,4% (nilai *R Square adjusted*). Hasil pengolahan regresi eksponensial secara parsial dengan signifikansi 5% menunjukkan bahwa: (i) KID akan naik sebesar $e^{0.358} = 1,43$ pada variabel X1.7 (proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah) akibat adanya persentase perubahan X1.7 sebesar 35,8% dan (ii) KID akan naik sebesar $e^{0.368} = 1,44$ pada variabel X2.13 (jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri kreatif dan pariwisata) akibat adanya persentase perubahan X2.13 sebesar 36,8%.

Kata Kunci: Desa Tanjungpura, pariwisata dan ekonomi kreatif, inovasi, regresi eksponensial

Abstract

Tanjungjaya Village is one of the villages located around the Tanjung Lesung Special Economic Zone (SEZ), Banten Province. The potential possessed by Tanjungjaya Village is tourism and the creative economy. The purpose of this study is to develop a tourism village model based on Regional Innovation Capacity which is expected to contribute to tourism village development and management policies. Regional Innovation Capacity (KID) was developed from the theory of National Innovation Capacity (KIN). KID approach by adjusting several variables to regional factors, developing industrial clusters, developing production function ideas, and regional strategic policies, especially related to tourism and the creative economy. The survey was conducted on respondents consisting of policymakers, tourist attractions managers, management partners, visitors, and creative economy actors. Data processing is done by exponential regression. The innovation-based tourism village model was developed with KID as the Y variable and the X variable consisting of 33 variables: 15 Innovation General Infrastructure variables, 13 Industrial Cluster variables, and 5 variables of Relationship between Innovation Public Infrastructure and Industrial Clusters. The 33 variables of X together affect KID and can predict KID by 72.4% (R Square adjusted value). The results of partial exponential regression processing with a significance of 5% indicate that: (i) KID will increase by $e^{1.43} = 1.43$ on the X1.7 variable (proportion of the number of regional sons who work in their region compared to those from outside the region) due to the percentage change in X1.7 of 35.8%; (ii) KID will increase by $e^{1.44} = 1.44$ in the X2.13 variable (number of industries that use the same infrastructure and resources in the creative and tourism industry clusters) due to the percentage change in X2.13 of 36.8%.

Keywords: *Tanjungjaya Village, tourism and creative economy, innovation, exponential regression*

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peningkatan devisa dari wisatawan mancanegara, penyerapan lapangan kerja baik formal maupun informal, perdagangan, dan jasa dapat menggerakkan dan meningkatkan perekonomian terutama di sekitar desa tujuan wisata. Industri pariwisata Indonesia menyumbang 5,7% dari *Gross Domestic Product* dan menyerap 9,7% dari total lapangan kerja pada tahun 2019 (WTTC, 2020).

Pada awal tahun 2020, dunia menghadapi pandemi Covid-19 yang berpengaruh sangat besar pada hampir

semua aspek kehidupan manusia. Pandemi Covid-19 menyebar secara global pada tidak kurang dari 218 negara, termasuk Indonesia, dan melumpuhkan kehidupan politik, sosial, budaya, dan ekonomi. Salah satu kegiatan ekonomi yang mengalami dampak paling parah adalah industri pariwisata. Hal ini sebagai akibat dari pembatasan perjalanan yang diberlakukan di hampir semua negara (*World Tourism Organization*, 2021). Seluruh negara mengeluarkan berbagai kebijakan guna menekan penyebaran pandemi ini, mulai dari himbauan dan larangan bepergian, penutupan jalur perbatasan antar negara, menolak kedatangan kunjungan dari negara tertentu, pemberlakuan pembatasan perjalanan, kelengkapan dokumen

kesehatan (hasil *PCR* atau Antigen *SARS-CoV-2*) sebagai dokumen kelengkapan perjalanan, serta kewajiban karantina. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Kemenparekraf/Baparekraf, kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 74,84% dibandingkan tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600 kunjungan (Rahayu, 2021).

Pariwisata merupakan salah satu industri unggulan yang berekspansi dan mengalami diversifikasi berkelanjutan (Friedman, 2020). Saat ini, Indonesia telah mendapat pengakuan dari *WTC (World Trade Center)* dengan dikeluarkannya *WTTC Safe Travels Stamp for Safety Protocols* untuk Indonesia pada 24 Juli 2020. Hal ini menjadi potensi dan kesempatan besar bagi Indonesia untuk menarik wisatawan, baik dalam maupun luar negeri agar berkunjung ke Indonesia. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan adalah mengembangkan desa wisata di Indonesia yang potensial secara budaya, alam, maupun pengembangan Sumber Daya Manusianya.

Salah satu desa yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata adalah Desa Tanjungjaya yang terletak di Kecamatan Panimbang, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Desa Tanjungjaya merupakan suatu desa yang strategis karena dekat dengan Kawasan Wisata Tanjung Lesung yang sudah ditetapkan oleh pemerintah sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) melalui UU RI Nomor 39 Tahun 2009, dilanjutkan dengan PP RI Nomor 26 Tahun 2012 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung, serta Keputusan Ketua Dewan Kawasan, Kawasan Ekonomi Khusus Banten Nomor 505/Kep.587-Huk/2014 tentang Administrator Kawasan Ekonomi Khusus Provinsi Banten (Andrea et al., 2020). Selain itu, wilayah ini juga termasuk dalam kawasan yang diusulkan sebagai *geopark* nasional.

Inovasi dan rekayasa ulang proses bisnis telah menjadi pendekatan yang diterima saat ini dalam upaya mereformasi organisasi sektor publik. Oleh karena itu, sejumlah birokrat di negara maju telah menerapkan konsep ini pada organisasi pemerintah dengan tujuan akhir meningkatkan kualitas kinerja kelembagaan, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan di era globalisasi (Andrea et al., 2020 dan Santoso et al., 2021). Dalam upaya meningkatkan daya saing, pemahaman terhadap peran inovasi menjadi sangat penting. Porter (2001) menyatakan bahwa peningkatan inovasi dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan. Berdasarkan bukti empiris, terdapat keterkaitan yang erat antara inovasi dan daya saing. Pentingnya peran inovasi pada suatu lokasi (daerah) ditentukan oleh kapasitas inovasi daerah.

Kapasitas Inovasi Daerah dapat diartikan sebagai kemampuan suatu daerah untuk menghasilkan aliran inovasi yang komersil. Kapasitas ini bukan hanya tingkat inovasi yang terealisasi tetapi juga merefleksikan kondisi fundamental, investasi, dan pilihan kebijakan yang menciptakan lingkungan untuk berinovasi dalam suatu daerah. Kapasitas inovasi ini tergantung pada teknologi, tenaga kerja, dan beberapa pilihan kebijakan dan investasi yang memengaruhi produktivitas (Santoso et al., 2004).

Percepatan pembangunan ekonomi membutuhkan perubahan dalam cara pandang dan perilaku seluruh komponen dengan pemenuhan prinsip dasar perubahan, diantaranya (i) perubahan pola pikir (*mindset*) dimulai dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dengan birokrasinya, (ii) pemanfaatan dan penguatan modal sosial dalam masyarakat melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk meningkatkan kohesivitas, (iii) produktivitas, inovasi, dan kreativitas, dan (iv) peningkatan peran dunia usaha dalam pembangunan ekonomi dengan

melakukan inovasi untuk mengembangkan teknologi dan metode (Perpres Nomor 80 Tahun 2019).

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat (UU Nomor 6 Tahun 2014). Diharapkan desa menjadi pemeran utama dalam pembangunan nasional. Dalam rangka mengembangkan kawasan dan kluster kreatif sebagai pusat unggulan ekonomi kreatif, sebagaimana target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020—2024, ragam kawasan dan kluster kreatif harus dikembangkan tidak hanya di wilayah perkotaan dan destinasi wisata sebagaimana yang telah berjalan selama ini. Desa, sebagai wilayah administratif terkecil, memiliki beragam potensi untuk dikembangkan sebagai kawasan dan kluster kreatif seperti yang ditargetkan RPJMN.

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pengembangan model desa wisata berbasis inovasi yang diharapkan menjadi dasar pijakan bagi pihak terkait dalam mengembangkan kebijakan pembangunan dan pengelolaan desa wisata agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kapasitas Inovasi Daerah (KID) yang dikembangkan dari teori Kapasitas Inovasi Nasional (KIN). Pendekatan KID dilakukan dengan menyesuaikan beberapa variabel dengan faktor daerah dan pengembangan dari ide fungsi produksi. Kerangka Kapasitas Inovatif Nasional berupaya mengintegrasikan beberapa perspektif mengenai sumber inovasi di tingkat nasional. Beberapa teori yang digunakan sebagai acuan dalam pengembangan

Kapasitas Inovasi Nasional adalah (i) teori pertumbuhan yang didorong oleh ide (Romer, 1990) yang didasari oleh model Solow dan ide fungsi produksi $\dot{A}_t = \delta H_{A,t}^\lambda A_t^\phi$, teori inilah yang menjadi cikal bakal elemen Infrastruktur Umum Inovasi (F2); (ii) model ekonomi mikro keunggulan kompetitif nasional dan kluster industri yang diambil dari teori Porter (1990), yakni teori yang digunakan dalam elemen Kluster Industri (F3); dan (iii) literatur tentang Sistem Inovasi Nasional (Nelson, 1993). Berdasarkan kerangka pemikiran inilah teori Romer (1990) dan Furman, Porter, & Stern (2000) tentang konsep Kapasitas Inovasi Nasional dimodelkan sebagai berikut.

$$\dot{A}_{j,t} = \delta_{j,t} (X_{j,t}^{\text{INF}}, Y_{j,t}^{\text{CLUS}}, Z_{j,t}^{\text{LINK}}) H_{j,t}^{\lambda} A_{j,t}^{\phi}$$

dimana:

- $\dot{A}_{j,t}$: aliran teknologi baru negara j pada tahun t
- $H_{j,t}^{\lambda}$: total tingkat sumber daya kapital dan tenaga kerja pada sektor litbang (*the ideas sector*)
- $A_{j,t}$: total pengetahuan (*stock of knowledge*) yang dimiliki pada suatu waktu yang menentukan tingkat inovasi pada masa yang akan datang (*future ideas production*)
- Y^{CLUS} : lingkungan spesifik untuk inovasi pada kluster industri
- Z^{LINK} : kekuatan hubungan antara infrastruktur umum inovasi dan kluster industri
- X^{INF} : tingkat sumber daya dan kebijakan yang efektif dari infrastruktur umum untuk inovasi

Berdasarkan persamaan inilah digunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi eksponensial karena persamaan eksponensial merupakan konsep Kapasitas Inovasi. Metode analisis KID (Kapasitas Inovasi

Daerah) merupakan turunan dari analisis KIN (Kapasitas Inovasi Nasional) dengan penyesuaian beberapa variabel terhadap karakteristik daerah, klaster industri yang berkembang di daerah dan pengembangan dari ide fungsi produksi, serta kebijakan dan program strategis daerah. Aplikasi pada penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas sebagai (X) dan Kapasitas Inovasi Daerah sebagai (Y), dengan menekankan variabel-variabel inovasi daerah yang diidentifikasi dan pada umumnya terkait klaster industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Empat elemen yang menentukan Kapasitas Inovasi Daerah adalah data *baseline*, infrastruktur umum inovasi, klaster industri, dan keterkaitan antara infrastruktur umum inovasi dan klaster industri (Santoso et al., 2004). Infrastruktur umum inovasi terdiri atas sumber daya inovasi, persediaan pengetahuan, dan kebijakan inovasi. Klaster industri terdiri atas kondisi input, kondisi permintaan tingkat lokal, strategi perusahaan dan persaingan lokal, serta ketersediaan dan kualitas pemasok lokal. Keterkaitan antara infrastruktur umum inovasi dan klaster industri merupakan kualitas hubungan keduanya.

Penelitian ini menggunakan empat elemen dan 33 variabel (Tabel 1).

Sejumlah 33 variabel penelitian dimodifikasi dan disitasi dari artikel jurnal dan buku yang terdapat pada pustaka yang terkait pariwisata, ekonomi kreatif, kebijakan, inovasi, ekonomi syariah,

ekonomi digital, akses permodalan, rantai nilai dan nilai tambah, *business process reengineering*, dan daya saing produk.

Masing-masing variabel diberikan skor untuk mendapatkan gambaran kondisi. Pengolahan statistik yang digunakan dalam tulisan ini adalah regresi eksponensial sehingga pola variabel *dependent (criteria)* bisa diprediksi melalui variabel *independent (predictor)* (Supardi, 2011).

Secara umum model eksponensial dirumuskan sebagai berikut (Sudjana, 2003 dalam Sofita, 2015).

$$Y_i = \beta_0 e^{\beta_1 X_i} \cdot \varepsilon_i \quad i=1,2,\dots,n$$

(1)

dimana:

X : variabel bebas

β : parameter model regresi

ε_i : 2,71828

e : *residual*

Model regresi eksponensial ditransformasikan dengan transformasi logaritmik dari bentuk *nonlinier* menjadi persamaan bentuk linier untuk melakukan pengujian regresi linier (Saputra, 2015). Bentuk model regresi eksponensial pada persamaan (1) diformulasikan menjadi fungsi $\ln$ (Wibowo, 2001) dan dinyatakan sebagai:

$$\ln Y_i = (\ln \beta_0 e^{\beta_1 X_i} \cdot \varepsilon_i)$$

(2)

Tabel 1: Variabel Operasional Penelitian

Elemen	Variabel
F1. Data <i>Baseline</i>	Penduduk 1. Jumlah penduduk 2. Tingkat Partisipasi Angkatan kerja
F2. Infrastruktur Umum Inovasi	X1.1 Penyusunan Kekayaan Intektual X1.2 Pendaftaran Kekayaan Intektual X1.3 Pembiayaan Kekayaan Intektual X1.4 Komersialisasi Kekayaan Intektual X1.5 Jumlah perguruan tinggi atau sekolah vokasi X1.6 Tempat untuk penelitian / laboratorium X1.7 Proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah X1.8 Ahli putra daerah/desa X1.9 Investasi X1.10 Anggaran litbang pemerintah X1.11 Anggaran litbang swasta X1.12 Insentif kegiatan litbang X1.13 Dukungan pemerintah dalam alih teknologi X1.14 Adanya kebijakan/program X1.15 Implementasi kebijakan/program
F3. Lingkungan Klaster Industri (Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)	X2.1 Jumlah klaster industri/nilai tambah disepanjang rantai nilai X2.2 Tingkat pengembangan klaster industri X2.3 Jumlah pemasok lokal bahan baku yang berkualitas X2.4 Intensitas riset dan pelatihan X2.5 Tingkat kecanggihan teknologi/inovasi X2.6 Tanggapan konsumen/pengunjung dalam melakukan adaptasi pada teknologi/inovasi X2.7 Tingkat dengan memprioritaskan klaster industri spesifik (pariwisata dan ekonomi kreatif)kompetisi lokal di tingkat penyedia bahan baku X2.8 Tingkat kompetisi dengan industri lain yang menggunakan bahan baku yang sama X2.9 Tingkat kecanggihan proses produksi X2.10 Tingkat keunikan desain produk X2.11 Tingkat penggunaan internet dalam mendukung kinerja perusahaan X2.12 Layanan pembiayaan untuk industri barang dan jasa X2.13 Jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam klaster industri
F4. Keterkaitan antara Infrastruktur Umum Inovasi dengan Klaster Industri (Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)	X3.1 Tingkat penyerapan teknologi/inovasi X3.2 Kualitas lembaga litbang X3.3 Penunjang pengembangan usaha X3.4 Pakar dari lembaga litbang yang memberikan kontribusi pemikirannya terhadap pengembangan klaster industri kreatif dan pariwisata X3.5 Modal Ventura & Crowd Funding

Sumber : Stern et al., 2000 dalam Santoso et al., 2004 dimodifikasi

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Pandeglang dengan fokus penelitian, yaitu Desa Tanjungjaya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pandeglang dan Pemerintah Desa Tanjungjaya merupakan salah satu pemangku kebijakan yang berwenang dalam pengembangan desa wisata di Desa Tanjungjaya sehingga diharapkan pengembangan desa wisata ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Tanjungjaya dan pada akhirnya meningkatkan PDRB Kabupaten Pandeglang. Berdasarkan lokasi penelitian ini, klaster industri spesifik yang dikembangkan terkait pariwisata dan ekonomi kreatif.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menyampaikan *link* kuesioner yang diberikan secara daring melalui *Google Form* guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi di tengah Pandemi Covid-19 kepada (i) perwakilan Pemerintah Kabupaten Pandeglang agar diteruskan kepada pihak terkait, (ii) pengelola tempat wisata, (iii) mitra pengelola, (iv) wisatawan yang pernah mengunjungi Kawasan Wisata KEK Tanjung Lesung, dan (v) pelaku ekonomi kreatif Kampung Cikadu Desa Tanjungjaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tanjungjaya berada pada koordinat 105°39'9" Bujur Timur dan 6°30'28" Lintang Selatan. Dengan luas 3.301,74 (ha) dan ketinggian 26 m dpl, tipologi Desa Tanjungjaya adalah desa pesisir/nelayan dengan jumlah penduduk 6.865/2.097 Kepala Keluarga (Desa/Kelurahan, 2021). Desa Tanjungjaya merupakan hasil pemekaran Desa Citeureup pada tahun 1983 yang pada saat itu dijabat oleh Pejabat Kepala Desa dari desa induk yang bernama M. Salamun. Nama Tanjungjaya dijadikan nama desa karena di sebelah utara Ranca Lembang dan Ranca Reungit ada dataran yang menjorok ke lautan, yakni Tanjung

Lesung. Jika kita lihat dari pantauan udara, monografi Desa Tanjungjaya seperti kepala lesung. Oleh karena itu, diberi nama Tanjungjaya oleh penggagas pemekaran Desa Tanjungjaya. Pemekaran ini bertujuan untuk memudahkan pelayanan administratif kepada masyarakat.

Desa Tanjungjaya memiliki potensi wisata, mulai dari pertanian, alam, dan pantai di desa tersebut. Akan tetapi potensi ini memerlukan perhatian serius agar menjadi destinasi wisata alternatif. Pada wilayah yang masuk ke dalam KEK Tanjung Lesung ini juga banyak berdiri penginapan yang diresmikan oleh Presiden Joko Widodo, 23 Februari 2015.



Gambar Potensi Desa Tanjungjaya
Sumber: Dok. Pribadi (2021)



Gambar Potensi Batik Cikadu Sumber:
Dok. Pribadi (2021)

Selain Kawasan Wisata Tanjung Lesung, Desa Tanjungjaya memiliki sejumlah obyek yang dapat dikunjungi, di antaranya Cikadu *Culture Park*, Budidaya Salak Birus, dan Curug Lengka. Salah satu produk unggulan Desa Tanjungjaya adalah Batik Cikadu dan Festival Tanjung Lesung. Secara empiris, Poon (1993) menunjukkan bahwa untuk mendapatkan

keuntungan jangka panjang berkelanjutan dalam sebuah obyek wisata, penting untuk memiliki suatu keunggulan kompetitif (Ety, 2019).



Gambar Motif Batik Cikadu
Sumber: Dok. Pribadi (2021)

Hasil Pengolahan Data

1. Variabel pada Elemen F1

Elemen data dasar/baseline merupakan elemen mendasar yang menunjukkan tingkat kemampuan inovasi dari suatu daerah terhadap daerah-daerah lain. Elemen pada data dasar ini meliputi kekayaan intelektual dan penduduk. Seperti yang telah dijelaskan pada metode penelitian, fokus penelitian ini adalah di Desa Tanjungjaya.

Terdapat delapan kekayaan intelektual yang tercatat pada data Kemenkumham yang berhubungan dengan Desa Tanjungjaya dan Pantai Tanjung Lesung. Ada dua kategori merek, yaitu Batik Cikadu & Lukisan (IPT2019031635) serta *Rhino X Triathlon* Tanjung Lesung + Logo (EC00202013633). Batik Cikadu dengan motifnya

yang spesial merujuk pada Kampung Cikadu di Desa Tanjungjaya merupakan potensi yang harus dijaga dan

dikembangkan oleh pemerintah setempat. Selanjutnya, terdapat enam kategori Hak Cipta yang berkaitan dengan wilayah tersebut, di antaranya adalah *Ayo Ke Tanjung Lesung* (EC00202013633) dan *Pendekar Paguyuban Tanjung Lesung* (EC00202013652) (Intelektual, 2021).

Tabel 2: Elemen F1 Data *Baseline*

No	Data	Sumber Data/Keterangan
1	Jumlah Kepemilikan KI (buah)/ Kekayaan Intelektual komunal/ Indikasi Geografis	Ditjen KI Kekayaan Intelektual Komunal Indikasi Geografis
	Hak Cipta	6
	Merek	2
	Kekayaan Intelektual Komunal/ Indikasi Geografis	0
2	Penduduk	Kemendagri
	1. Jumlah Penduduk(orang)	6865
	2. Tingkat Partisipasi angkatan kerja(%)	73%

Sumber: Intelektual (2021)

Saat ini, dari jumlah penduduk Desa Tanjungjaya, yaitu 6.865 orang, tingkat partisipasi angkatan yang bekerja pada Desa Tanjungjaya sebesar 73%. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 53 responden yang terdiri atas pemangku kebijakan, pengelola tempat wisata, mitra pengelola, pengunjung, dan pelaku ekonomi kreatif, kita dapat melihat bahwa komposisi jenis kelamin 76,7% laki-laki dan 23,3% perempuan, dengan umur di bawah 30 Tahun sebesar 43,3%, 30--45 Tahun sebesar 48,3%, dan di atas 45 Tahun sebesar 8,3%.

2. Variabel pada Elemen F2, F3, dan F4

Pengolahan data dengan regresi eksponensial dari pengaruh variabel X terhadap variabel Y dilakukan dengan menggunakan alat bantu (*tools*) SPSS. Variabel X yang digunakan dalam penelitian ini adalah 33 variabel yang telah disebutkan pada metode penelitian dan variabel Y adalah Kapasitas Inovasi Daerah. Kuesioner dibagikan kepada 53

responden. Berdasarkan tabel *summary* yang diolah menggunakan SPSS, didapatkan hasil bahwa *R Square* pada penelitian ini adalah 0.903 sebesar 90,3% dan *adjusted R Square adjusted* sebesar 0,724. Hal ini menunjukkan bahwa 33 variabel independen (variabel X) member kontribusi pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y (KID) sebesar 72,4%.

Tabel 3: Daftar Variabel X dan Variabel Y (KID)

a. Predictors: (Constant), LNX3.5, LNX1.6, LNX2.6, LNX1.7, LNX2.11, LNX1.12, LNX2.13, LNX1.15, LNX1.9, LNX1.2, LNX3.3, LNX2.1, LNX2.5, LNX2.12, LNX1.8, LNX1.4, LNX2.7, LNX2.9, LNX1.13, LNX1.10, LNX2.10, LNX1.5, LNX2.2, LNX1.11, LNX1.14, LNX3.4, LNX3.1, LNX3.2, LNX2.4, LNX1.3, LNX2.8, LNX1.1, LNX2.3	
b. Dependent Variable: Y	

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 4: Hasil Pengolahan SPSS (*Model Summary*)

Model Summary ^a							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.950 ^a	.903	.724	.102576499794	.903	5.050	33

Model Summary ^a			
Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	18	.000	1.760

a. Predictors: (Constant), LNX3.5, LNX1.6, LNX2.6, LNX1.7, LNX2.11, LNX1.12, LNX2.13, LNX1.15, LNX1.9, LNX1.2, LNX3.3, LNX2.1, LNX2.5, LNX2.12, LNX1.8, LNX1.4, LNX2.7, LNX2.9, LNX1.13, LNX1.10, LNX2.10, LNX1.5, LNX2.2, LNX1.11, LNX1.14, LNX3.4, LNX3.1, LNX3.2, LNX2.4, LNX1.3, LNX2.8, LNX1.1, LNX2.3	
b. Dependent Variable: Y	

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel 5: Hasil Pengolahan SPSS (Tabel *Anova*)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.753	33	.053	5.050	.0000
Residual	.189	18	.011		
Total	1.943	51			

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tabel *Model Summary* di atas membuktikan bahwa 33 variabel tersebut

secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansinya pada Tabel *Model Summary*, yaitu 0,000 atau di bawah 0,05 sehingga 33 Variabel X tersebut dapat digunakan untuk memprediksi variabel Y. Variabel X adalah 33 variabel dari Elemen Infrastruktur Umum Inovasi yang mempunyai 15 variabel, di antaranya pengelolaan kekayaan intelektual, pendidikan, daya tarik daerah, persediaan pengetahuan dan kebijakan inovasi yang pada prinsipnya digunakan dalam upaya mengontrol elemen data dasar, elemen lingkungan kluster untuk inovasi yang mempunyai 13 variabel (di antaranya usaha/industri inti, strategi usaha, perilaku konsumen, pemasok lokal, pengembangan kluster industri), dan elemen keterkaitan antara infrastruktur umum inovasi dengan kluster industri-industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang mempunyai 5 variabel (di antaranya ketersediaan modal ventura dan *crowdfunding*, kolaborasi antara sekolah/ perguruan tinggi dengan pengusaha/industri, penyerapan dan diseminasi teknologi dan inovasi).

Pada Tabel *Anova*, signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05 sehingga berdasarkan tabel di bawah ini, ada dua variabel yang berpengaruh, yaitu Variabel X1.7 dan Variabel X2.13. Variabel X1.7 adalah proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah, dengan signifikansi 0,05. Variabel X2.13 adalah jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri kreatif dan pariwisata, dengan signifikansi sebesar 0,04.

Tabel 6: *Coefficients* Hasil Penelitian

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.725	.129		5.600	.000	.453	.996
	LNx1.1	-.227	.304	-.448	-.747	.464	-.867	.412
	LNx1.2	-.104	.208	-.204	-.499	.624	-.540	.333
	LNx1.3	-.090	.205	-.185	-.437	.667	-.520	.341
	LNx1.4	.205	.144	.408	1.417	.173	-.099	.508
	LNx1.5	-.099	.144	-.202	-.684	.503	-.402	.205
	LNx1.6	.068	.091	.140	.746	.465	-.124	.260
	LNx1.7	.358	.113	.722	3.177	.005	.121	.595
	LNx1.8	-.219	.121	-.450	-1.813	.087	-.473	.035
	LNx1.9	-.045	.154	-.079	-.289	.776	-.368	.279
	LNx1.10	.165	.145	.333	1.140	.269	-.139	.469
	LNx1.11	.133	.149	.242	.892	.384	-.180	.446
	LNx1.12	.020	.080	.043	.248	.807	-.148	.188
	LNx1.13	.057	.146	.120	.389	.702	-.250	.364
	LNx1.14	-.152	.138	-.289	-1.098	.286	-.442	.139
	LNx1.15	.126	.146	.271	.864	.399	-.180	.432
	LNx2.1	-.032	.192	-.061	-.165	.871	-.434	.371
	LNx2.2	.525	.316	.952	1.661	.114	-.139	1.189
	LNx2.3	-.435	.344	-.837	-1.265	.222	-1.158	.288
	LNx2.4	.126	.192	.258	.656	.520	-.278	.530
	LNx2.5	.131	.082	.331	1.601	.127	-.041	.303
	LNx2.6	-.056	.154	-.099	-.363	.721	-.380	.268
	LNx2.7	-.041	.123	-.076	-.333	.743	-.299	.217
	LNx2.8	-.352	.230	-.671	-1.529	.144	-.836	.132
	LNx2.9	.071	.156	.145	.451	.657	-.258	.399
	LNx2.10	.108	.177	.194	.607	.551	-.265	.480
	LNx2.11	.115	.082	.255	1.403	.178	-.057	.288
	LNx2.12	-.246	.197	-.445	-1.247	.228	-.659	.168
	LNx2.13	.368	.166	.659	2.220	.040	.020	.716
	LNx3.1	-.282	.196	-.560	-1.437	.168	-.694	.130
	LNx3.2	-.126	.194	-.213	-.647	.526	-.534	.283
	LNx3.3	.096	.156	.181	.617	.545	-.231	.423
	LNx3.4	-.069	.268	-.114	-.258	.799	-.632	.493
	LNx3.5	-.089	.144	-.160	-.613	.548	-.392	.215

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil dari model akhir regresi eksponensial berganda dapat dilihat sebagai berikut.

$LnY = 725 - 227Ln x1.1 - 104Ln x1.2 - 090Ln x1.3 + 205Ln x1.4 - 099Ln x1.5 + 068Ln x1.6 + 358Ln x1.7 - 219Ln x1.8 - 045Ln x1.9 + 165Ln x1.10 + 133Ln x1.11 + .020Ln x1.12 + .057Ln x1.13 - 152Ln x1.14 + 126Ln x1.15 - 032Ln x2.1 + 525Ln x2.2 - 435Ln x2.3 + 126Ln x2.4 + 131Ln x2.5 - 056Ln x2.6 - 041Ln x2.7 - 352Ln x2.8 + 071Ln x2.9 + 108Ln x2.10 + 115Ln x2.11 - 246Ln x2.12 + 368Ln x2.13 - 282Ln x3.1 - 126Ln x3.2 + 096Ln x3.3 - 069Ln x3.4 - 089Ln x3.5$

$Ln x2.5 - 056Ln x2.6 - 041Ln x2.7 - 352Ln x2.8 + 071Ln x2.9 + 108Ln x2.10 + 115Ln x2.11 - 246Ln x2.12 + 368Ln x2.13 - 282Ln x3.1 - 126Ln x3.2 + 096Ln x3.3 - 069Ln x3.4 - 089Ln x3.5$

Berdasarkan fungsi tersebut, 33 variabel operasional di atas kita kembalikan ke bentuk awal sebagai berikut.

$$eLNY=e.725*e-.227LNX1.1 *e-.104LNX1.2 *e-.090LNX1.3 *e-.205LNX1.4 *e-.099LNX1.5 *e-.068LNX1.6 *e-.358LNX1.7 *e-.219LNX1.8 *e-.045LNX1.9 *e-.165LNX1.10 *e-.133LNX1.11 *e-.020LNX1.12 *e-.057LNX1.13 *e-.152LNX1.14 *e-.126LNX1.15 *e-.032LNX2.1 *e-.525LNX2.2 *e-.435LNX2.3 *e-.126LNX2.4 *e-.131LNX2.5 *e-.056LNX2.6 *e-.041LNX2.7 *e-.352LNX2.8 *e-.071LNX2.9 *e-.108LNX2.10 *e-.115LNX2.11 *e-.246LNX2.12 *e-.368LNX2.13 *e-.282LNX3.1 *e-.126LNX3.2 *e-.096LNX3.3 *e-.069LNX3.4 *e-.089LNX3.5$$

Pada Tabel *Model Summary* dengan signifikansi 0,000 (dibawah 5%), regresi ekponensial di atas dapat diinterpretasikan bahwa 33 variabel X secara bersama-sama akan memengaruhi variabel (KID) sebesar 2,06. Nilai KID untuk uji *t* parsial dengan signifikansi 5% akan mengalami peningkatan tertinggi akibat pengaruh variabel X sebagai berikut.

1. Proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah (Variabel X1.7), dimana KID akan meningkat sebesar $e.358 = 1,43$.
2. Jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri kreatif dan pariwisata (Variabel X2.13) dengan memprioritaskan pengembangan kluster industri spesifik, yaitu pariwisata dan ekonomi kreatif, dimana KID akan meningkat sebesar $e.368 = 1,44$.

Jika diinterpretasikan secara Elastisitas*),

1. KID akan naik sebesar 1,43 pada variabel X1.7 (proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri

dibandingkan yang berasal dari luar daerah) akibat adanya persentase perubahan X1.7 sebesar 35,8%;

2. KID akan naik sebesar 1,44 pada variabel X2.13 (jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri dengan memprioritaskan pengembangan kluster spesifik (pariwisata dan ekonomi kreatif) akibat adanya persentase perubahan X2.13 sebesar 36,8%.

SIMPULAN

Diperoleh model pengembangan desa wisata berkonsep Kapasitas Inovasi Daerah di Desa Tanjungjaya dengan variabel Y adalah kapasitas inovasi dan variabel X adalah 33 variabel dari Elemen Infrastruktur Umum Inovasi, Elemen Lingkungan Kluster Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan Elemen Keterkaitan antara Infrastruktur Umum Inovasi dengan Kluster Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tiga puluh tiga variabel X secara bersama-sama memengaruhi Kapasitas Inovasi Daerah di Desa Tanjungjaya, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten dan dapat digunakan untuk memprediksi KID sebesar 72,4%.

1. Interpretasi secara regresi ekponensial adalah sebagai berikut:
2. Nilai KID akan mengalami peningkatan pada proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah (variabel LNX1.7), dimana KID akan meningkat sebesar $e.358 = 1,43$.
3. Nilai KID mengalami peningkatan pada jumlah industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri dengan memprioritaskan pengembangan kluster spesifik, yaitu pariwisata dan ekonomi kreatif (variabel LNX2.13),

dimana KID meningkat sebesar $e.368 = 1,44$.

Hasil Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Kapasitas Inovasi Daerah di Desa Tanjungjaya, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi pihak terkait dan pengambil kebijakan baik di pemerintah pusat maupun pemerintah Provinsi Banten dan Pemerintah Kabupaten Pandeglang dalam mengembangkan desa wisata berbasis inovasi yang diharapkan memberi kontribusi kepada pelaku dan masyarakat dalam mengembangkan desa wisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kebijakan tersebut terkait (i) Infrastruktur Umum Inovasi, diantaranya meliputi pengelolaan kekayaan intelektual, pendidikan, daya tarik daerah, persediaan pengetahuan dan kebijakan inovasi yang pada prinsipnya digunakan dalam upaya mengontrol elemen data dasar; (ii) Kluster Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diantaranya meliputi usaha (industri) inti, strategi usaha, perilaku konsumen, pemasok lokal, pengembangan kluster industri; dan (iii) Keterkaitan antara Infrastruktur Umum Inovasi dengan Kluster Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, diantaranya ketersediaan modal ventura dan *crowdfunding*, kolaborasi antara sekolah/ perguruan tinggi dengan pengusaha (industri), penyerapan, dan diseminasi teknologi dan inovasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini masukan untuk pihak terkait, khususnya Pemerintah Kabupaten Pandeglang dan Pemerintah Desa Tanjungjaya, adalah memperhatikan proporsi jumlah putra daerah yang bekerja di daerah sendiri dibandingkan yang berasal dari luar daerah dan industri yang menggunakan infrastruktur dan sumber daya yang sama dalam kluster industri kreatif dan pariwisata dengan memprioritaskan

pengembangan kluster spesifik yaitu pariwisata dan ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmaja, L. S. (2009). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nelson, R. (1993). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: C.A.B International.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations with A New Introduction*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2001). *National Innovative Capacity, Global Competitiveness Report 2001--2002*. New York: Oxford University Press.
- Romer, D. (2019). *Advanced Macroeconomics*. Vol. 5. Berkeley: McGraw Hill Education.
- Santoso, A. B. (2018). *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Santoso, et al. (2004). *Prakarsa Pendataan Kapasitas Inovatif Daerah*. P2KTPUDPKM-BPPT.
- (2005). *Konsep Ekonomi Berbasis Pengetahuan untuk Indonesia*. Jakarta: DB PKT BPPT.
- (2006a). *Kajian Pemberdayaan SDM Iptek Perguruan Tinggi dan Litbang*. Jakarta: Kementerian Negara Riset dan Teknologi Republik Indonesia.
- (2006b). *Kajian Peningkatan Kompetensi SDM Iptek di Sektor Industri*. Kementerian Negara Riset dan Teknologi Republik Indonesia.
- (2007). *Indikator Ekonomi Berbasis Pengetahuan Indonesia*. Kemenristek.
- (2017). *Akses Permodalan, Tantangan dan Telaah Strategi*. Badan Ekonomi Kreatif.
- (2021a). *Telaah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner*. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.

- , (2021b). Telaah Kebijakan dan Strategi Pengembangan Ekosistem Makanan Dan Minuman Halal. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- , (2021c). Telaah Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Ekosistem Pembiayaan Ekonomi Kreatif. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Sudjana, P. D. (2003). Teknik Analisis Regresi dan Korelasi. Bandung: PT. Tarsito.
- Supardi. (2011). Aplikasi Statistika dalam Penelitian. Jakarta: PT Ufuk Publishing House.
- World Tourism Organization. (2021). International Tourism Highlights (2020 ed.). Madrid: UNWTO. doi:10.18111/9789284422456
- .
Jurnal/Prosiding/Skirpsi/Tesis/Disertasi.
- Alika, V. A., Santoso, S., Nurmaliki, S., & Anisa, N. (2021). Marketing Strategy Sharia Financial Institutions to Promote Sharia Fintech and Micro and Small Enterprises (MSES). Proceedings of the 1st MICOSS Mercu Buana International Conference on Social Sciences, MICOSS 2020, EAI. doi:10.4108/eai.28-9-2020.2307373
- Andrea, G., & Santoso, S. (2020). Improving Economy of the Community Based on Sustainable Tourism and Creative Economy through Business Process ReEngineering (BPR) With Geopark Development in Lebak Regency Banten Province. IJISRT, 5(1), 2165-2456.
- Dumilah, D. R; Komarudin, M.; Ubaidillah, R.; Siagian, S.; Santoso, S. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Industri Pariwisata di Seaworld Ancol. Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), 7(2), 558-583.
- Endri, Syafarudin, A., Santoso, S., Imaningsih, E. S., Suharti, T., & Rinda, R. T. (2020). Consumption Behavior Patterns Of Generations Y Halal Products In Indonesia. Academy of Entrepreneurship Journal, 26, (2), 1-10.
- Ety, S. A. (2019). Implementasi Model Diamond Porter dalam Membangun Keunggulan Bersaing pada Kawasan Agrowisata Kebun Belimbing Ngringginrejo Bojonegoro. Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU), 4(2), 108-132.
- Fatmawati, A., & Santoso, S. (2020). Penguatan Rantai Nilai Pariwisata sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 6(3), 284-304. doi:10.22441/jimb.v6i3.9825
- Friedman, C. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam yang Berkelanjutan di Setu Cileunca, Kabupaten Bandung. Jurnal Kepariwisata Indonesia, 14(2), 125-140.
- Redata, L., Kezia, R., Solaiman, K. H., & Santoso, S. (2021). Analisis Korelasi Pendampingan Komunitas terhadap Inovasi Pelaku Ekonomi Kreatif dan Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Studi Kasus pada Komunitas Tangerang Berdaya dan Pelaku Ekonomi Kreatif Kuliner Tangerang. Business Management Journal, 16(1), 1-19. doi:10.30813/bmj
- Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. Journal of Political Economy, 98 (5), 71-102.
- Santoso, S. (2020). Optimizing Access to Financial Capital of Creative Economy for Startups Towards Global Competitiveness. BECOSS (Business Economic, Communication, and Social Sciences), 2 (2), 13-21. doi:10.21512/becossjournal.v2i2.624
- Santoso, S., Natanael, A., Fatmawati, A. A., Griselda, A., Khoirunnisa, J., Simanjuntak, M., & Bagus, A. A. (2021). Analisis Pengembangan Platform Ekspor Subsektor Kuliner Tinjauan dari Model Sistem Inovasi. Jurnal Distribusi, 9(1), 29-38. doi:10.29303/distribusi.v9i1.151
- Santoso, S., Natanael, A., Griselda, A., Khoirunnisa, J., Simanjuntak, M., Bagus, A. R., & Merry, L. Z. (2021).

- Analysis of Business Process Reengineering and Export Platform in Supporting Business Exports of Creative Economy Players in the Micro, Small and Medium Business in Culinary Sub-sector. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges (JoEBGC)*, 4 (1), 32-49. doi:10.33005/ebgc.v4i1.170
- Santoso, S., Nusraningrum, D., Hadibrata, B., Widyanty, W., Isa, S. M., Apriyanto, Y., & Henny. (2021). Policy Recommendation for Food Security in Indonesia: Fish and Sea Cucumber Protein Hydrolysates Innovation Based. *European Journal of Business and Management*, 13 (7), 71-79. doi:10.7176/EJBM/13-7-08
- Santoso, S., Soehari, T. D., Aprianto, Y., Andrean, D., & Henny. (2020). Value Creation in Fisheries Supply Chain as a Role Model for Fish Protein Hydrolyzate Cluster Development. *Jurnal Rekayasa Mesin*, 11 (3), 401-407. doi:10.21776/ub.jrm.2020.011.03.12
- Santoso, S., Ubaidillah, R., Balqis, B., & Sembiring, C. F. (2021). Community Role in Improving Muslim-Friendly Value Chain in COVID-19 Pandemic at Geopark Bayah Dome Tourism Area. *Proceedings of the 1st MICOSS Mercu Buana International Conference on Social Sciences, MICOSS 2020*, EAI. doi:10.4108/eai.28-9-2020.2307372
- Saputra, R. Y. (2015). Analisis Regresi Eksponensial Berganda (Studi Kasus: Jumlah Kelahiran Bayi di Kalimantan Timur pada Tahun 2013 dan 2014). *Jurnal Eksponensial*, 6 (2), 171-178.
- Sofita, D. Y. (2015). Analisis Regresi Eksponensial (Studi Kasus: Data Jumlah Penduduk dan Kelahiran di Kalimantan Timur pada tahun 1992-2013). *Jurnal Eksponensial*, 6(1), 57--64.
- Wibowo, M. (2001). Pemodelan Statistik Hubungan Debit dan Kandungan Sedimen Sungai. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 2 (3), 255-260.
- Artikel/Naskah Seminar
- WTTC. (2020). Indonesia 2020 Annual Research: Key Highlights.
- WTTC. (2020). WTTC reveals Indonesia, Dubai and Rwanda as latest recipients of WTTC Safe Travels Stamp for Safety Protocols.
- Sumber Online/Media Massa
- Desa/Kelurahan, S. I. (2021, Maret 25). Direktorat Jendral Bina Pemerintahan Desa Web Site. Retrieved from Direktorat Jendral Bina Pemerintahan Desa Web Site: <http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/mpublik/>
- Fachreinsyah (2021, Januari 22). Penetapan Geopark Ujung Kulon Jadi Geopark Nasional di Depan Mata. Diakses dari <https://rri.co.id/banten/484-gaya-hidup-dan-teknologi/965243/penetapan-Geopark-ujung-kulon-jadi-Geopark-nasional-di-depan-mata>.
- Intelektual, P. D. (2021, Maret 25). Detail: Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Web Site. Retrieved from Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Web Site: <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail> Kemenkumham <https://pdki-indonesia.dgip.go.id>.
- Kemenparekraf/Baparekraf, P. D. (2021, Februari 8). Statistik-wisatawan-mancanegara: Kemenparekraf. Retrieved from Kemenparekraf Web Site: <https://www.kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>.
- Rahayu, A. (2021, Maret 18). Berita: Kemenparekraf. Retrieved from Kemenparekraf Web site: <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers-%3A-Buka-Rakernas-I-PHRI-2021%2C-Menparekraf-Ajak-Bersama-Pulihkan-Sektor-Pariwisata>.
- Peraturan Perundang-undangan
- Keputusan Ketua Dewan Kawasan, Kawasan Ekonomi Khusus Banten Nomor 505/Kep.587-Huk/2014 Tentang

- Administrator Kawasan Ekonomi Khusus Provinsi Banten.Serang.
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 26 Tahun 2012 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung. Jakarta.
- Peraturan Presiden Nomor Nomor 18 Tahun 2020 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024.
- Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi di Kawasan Gresik - Bangkalan - Mojokerto - Surabaya - Sidoarjo - Lamongan, Kawasan Bromo - Tengger - Semeru, serta Kawasan Selingkar Wilis dan Lintas Selatan.
- Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif.
- Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus.

**PENGUKURAN DAN BENCHMARKING EFISIENSI PARIWISATA DI PULAU
JAWA-BALI-NUSA TENGGARA MENGGUNAKAN DATA ENVELOPMENT
ANALYSIS TAHUN 2013-2017**
*Measurement and Benchmarking of Tourism Efficiency in Java-Bali-Nusa Tenggara
Islands Using Data Envelopment Analysis
2013-2017*

Arif Kurnia Wicaksana¹

Fungsi Neraca Wilayah dan Analisis Statistik
Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara
Jalan Selamanik no. 33, Banjarnegara, Jawa Tengah 53415
wicaksana.arifk@gmail.com

Erma Ziamah Fatoni²

Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Universitas Airlangga
Jalan Airlangga no.4, Surabaya, Jawa Timur 60286
ermaziamah@gmail.com

Diterima: 28 April 2021. Disetujui: 17 September 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Sumber daya pariwisata yang dimiliki pemerintah maupun swasta sering mengabaikan aspek tepat guna. Penggunaan *input* yang tidak terkendali menjadi awal inefisiensi kegiatan pariwisata yang berimbas pada tidak optimalnya *output* yang dihasilkan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat efisiensi pengelolaan keuangan pemerintah pada sektor pariwisata yang didukung melalui penyediaan fasilitas kepariwisataan terhadap kunjungan wisatawan dan penerimaan daerah dari sektor pariwisata di Pulau Jawa, Bali, dan Kepulauan Nusa Tenggara. Metode penelitian yang digunakan adalah *Data Envelopment Analysis Input-Oriented Constant Return to Scale Model* dengan pendekatan kuantitatif-deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Banten relatif efisien dalam mengoptimalkan pembiayaan pariwisata. Kedua, Provinsi DKI Jakarta dan Banten cenderung memiliki efisiensi yang stabil sehingga baik untuk dijadikan acuan. Secara manajerial, rekomendasi yang dapat disarankan adalah pemerintah daerah dan pihak swasta dapat melakukan *benchmarking* efisiensi sektor pariwisata berdasarkan pola pengelolaan keuangan untuk pariwisata dan penggunaan *input* daerah lain yang sudah teridentifikasi efisien. Peningkatan efisiensi dapat dilakukan dengan cara meminimalkan penggunaan *input* pada tingkat *output* yang tetap. *Input* yang minimal diharapkan dapat memperkecil total biaya. Secara teoretis, hasil penelitian ini sangat bermanfaat dalam upaya pengembangan metode pengukuran efisiensi pada sektor kepariwisataan yang belum banyak dilakukan di Indonesia.

Kata Kunci: *benchmarking*; DEA; efisiensi; nonparametrik; pariwisata

Abstract

Tourism resources owned by the government and the private sector often ignore the proper aspects. The use of uncontrolled inputs is the beginning of the inefficiency of tourism activities, which impact the non-optimal output produced. This research aims to identify the efficiency level of government financial management in the tourism sector supported by the provision of tourism facilities to tourist visits and regional revenues from the tourism sector in Java, Bali, and the Nusa Tenggara Islands. The research method used is Data Envelopment Analysis Input-Oriented Constant Return to Scale Model with a quantitative descriptive approach. The results showed that the provinces of DKI Jakarta, West Java, Central Java, and Banten were relatively efficient in optimizing tourism financing. DKI Jakarta and Banten tended to have stable efficiency, and they are good to be referenced. Managerially, this research offers several suggested recommendations. The local government and private sectors can benchmark the efficiency of the tourism sector based on the pattern of financial management for tourism and the use of other regional inputs identified as efficient. Improving efficiency can be done by minimizing the use of inputs at a fixed level of output. Minimum input is expected to reduce the total cost. Theoretically, the result of this study is very helpful in efforts to develop methods of measuring efficiency in the tourism sector that has not been widely implemented in Indonesia.

Keywords: Benchmarking; DEA; Efficiency; Nonparametrics; Tourism

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Dalam program Nawacita Presiden, pariwisata menjadi salah satu program prioritas nasional. Secara umum, pengembangan pariwisata ditempuh melalui pembangunan infrastruktur, baik berupa jalan dan jembatan maupun fasilitas kepariwisataan (Moerwanto & Junoasmono, 2017). Dalam rencana pembangunan dan penganggaran pemerintah terdapat pembelanjaan fungsi pariwisata dan kebudayaan. Efisiensi dalam penggunaan anggaran tersebut mencerminkan keberhasilan pemerintah dalam menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Belanja pemerintah lebih berfokus pada pengembangan sektor-sektor umum dan tidak seluruhnya langsung bersentuhan dengan usaha/perusahaan penyedia fasilitas. Akan tetapi, manfaat pembelanjaan tersebut akan memberikan dampak tidak langsung yang

besarannya dapat diukur melalui kunjungan wisatawan.

Sektor swasta memandang pariwisata melalui potensi bisnis yang dapat dikembangkan dan bersifat kontinyu. Semakin banyaknya destinasi wisata, menjamurnya usaha/perusahaan pariwisata, dan mudahnya aksesibilitas mendorong para pengusaha pendukung pariwisata untuk lebih mengembangkan usahanya di berbagai bidang (Pangkey & Pinatik, 2015). Jasa akomodasi jangka pendek seperti hotel, motel, penginapan, vila, *homestay*, dan hostel merupakan fasilitas utama bagi wisatawan untuk beristirahat selama berlibur.

Sektor perhotelan menjadi salah satu sumber utama penerimaan daerah berupa pajak usaha. Selain itu, retribusi obyek wisata, restoran, dan penginapan juga turut andil dalam memicu peningkatan penerimaan daerah. Kolaborasi sektor swasta dengan pemerintah ini diharapkan dapat memacu

pengembangan perekonomian khususnya sektor pariwisata. Jumlah tamu, penyewaan kamar, penyewaan ruangan, dan lain sebagainya menjadi tolok ukur suatu usaha/perusahaan perhotelan dipilih oleh konsumen (Oukil, Channouf & Al Zaidi, 2016; Kurt, 2017). Semakin banyak pengunjung diharapkan semakin tinggi pendapatan yang diterima usaha/perusahaan pariwisata.

Data BPS menunjukkan bahwa kepulauan Jawa-Bali-Nusa Tenggara masih menjadi destinasi utama wisatawan, khususnya daerah Pulau Bali, Pulau Lombok, Pulau Komodo, Yogyakarta, Bandung, dan Malang. Pada tahun 2017, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk melalui Ngurah Rai *International Airport* lebih dari 5 juta kunjungan. Kunjungan wisatawan ini menjadi salah satu tolok ukur bahwa sektor pariwisata Indonesia terus menjadi fokus pengembangan sumber devisa negara.

Pada sisi lain, ketersediaan dana yang dialokasikan dan menjamurnya fasilitas pariwisata yang Adamendorong perlunya dilakukan pengukuran efisiensi dari pengelolaan faktor yang di-*input* tersebut tersebut. Penggunaan *input* yang tidak efisien akan memberikan hasil *output* yang tidak optimal. Penggunaan *input* yang berlebihan dengan hasil *output* yang tidak memadai bagi suatu usaha/perusahaan pariwisata akan berimbas pada penurunan omset dan tutupnya usaha kepariwisataan. Pada kenyataannya, banyak usaha/perusahaan pariwisata yang tidak dapat berkembang hanya karena tidak tepat dalam pengelolaan anggaran dan sumber daya yang dimiliki.

Oukil, Channouf & Al Zaidi (2016) menyatakan bahwa sebagian besar hotel di Oman tidak efisien secara teknis. Hotel-hotel dengan efisiensi yang lebih baik didominasi faktor kelas bintang hotel dan adanya pertunjukan atraksi. Prasetyo (2010) juga menjelaskan bahwa hotel yang

berlokasi di wilayah yang strategis dan berklasifikasi bintang lebih efisien.

Pada level makro, analisis efisiensi pariwisata dilakukan pada besaran alokasi dana pariwisata oleh pemerintah untuk meningkatkan daya tarik wisata melalui peningkatan fasilitas pariwisata yang memadai, misalnya hotel dan restoran (Kosmaczewska, 2014; Vrana, 2016). Proses *benchmarking* pariwisata akan efektif dilakukan untuk pengukuran efisiensi pada level makro (Kurt, 2017). Pada temuannya, Finlandia menjadi *benchmark* sebanyak 6 (enam) kali, Cyprus 5 (lima) kali, Spanyol 5 (lima) kali, Turki 4 (empat) kali, dan Polandia 4 (empat) kali. *Potential improvement rate* dihitung untuk memberi *guidance* pengurangan/penambahan jumlah suatu variabel. Romania disarankan untuk mengurangi jumlah pekerja hingga 67,64 persen, Italia 54,52 persen, dan Belanda 38,39 persen agar lebih efisien. Pengurangan alokasi biaya pariwisata disarankan untuk Belgia 50,11 persen dan pengurangan jumlah kamar disarankan untuk Italia sebesar 54,52 persen.

Atan & Arslantürk (2015) menganalisis efisiensi pariwisata di 91 negara selama tahun 2006–2010 menggunakan DEA (*Data Envelopment Analysis*). Hasilnya adalah terdapat 65 negara yang efisien dalam penggunaan biaya wisata. Kosmaczewska (2014) meneliti efisiensi daya tarik wisata di 27 negara Uni Eropa menggunakan DEA dan menghasilkan kesimpulan efisiensi daya tarik wisata di negara yang cenderung lebih miskin menyerupai negara yang lebih kaya.

Pada sisi lain, Vraná (2016) mengukur efisiensi anggaran negara Republik Ceko menggunakan metode *Stochastic Frontier Analysis* (SFA). Hasil yang didapatkan adalah efisiensi anggaran di negara tersebut lebih cocok menggunakan metode SFA karena memasukkan unsur parametrik sebagai gambaran perilaku *shock* yang terjadi pada

perekonomian. DEA sebagai ukuran nonparametrik dari analisis efisiensi dinilai *underpower* dalam mengukur efisiensi yang terpengaruh *shock* perekonomian.

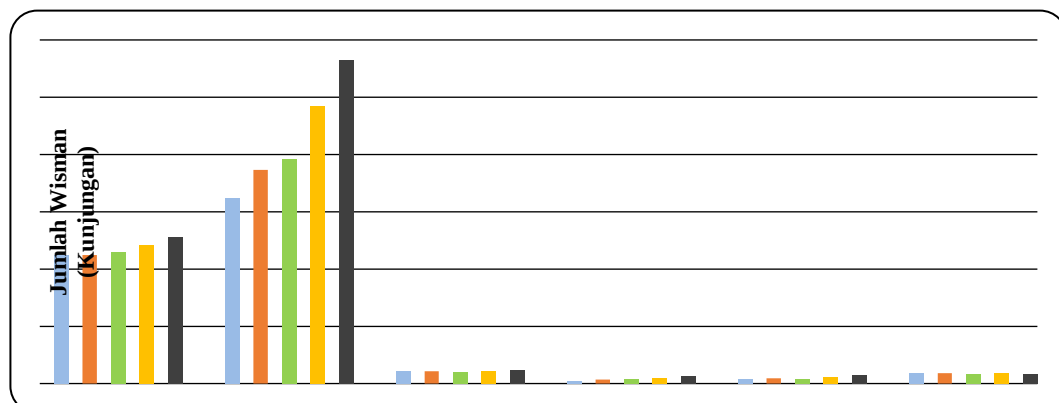
Berdasarkan potensi belanja pemerintah pada sektor pariwisata, tingginya antusiasme sektor swasta dalam pengembangan pariwisata, meningkatnya kunjungan wisatawan ke wilayah Indonesia, asumsi nonparametrik padakarakteristik kepariwisataan Indonesia dengan tidak memasukkan *shock* perekonomian (Lamiah, Dianne & Mita, 2015 ; Ramdhan, 2018 ; Yasa, Hazmira & Dodi, 2018), serta masih rendahnya pengukuran ketepatangunaan sumberdaya pariwisata di Indonesia, dinilai sangat penting untuk melakukan analisis mengenai tingkat efisiensi pengelolaan keuangan pemerintah pada sektor pariwisata yang didukung melalui penyediaan fasilitas perhotelan terhadap kunjungan wisatawan dan penerimaan daerah dari sektor pariwisata, yaitu hotel, restoran, vila, penginapan, dan tempat rekreasi/obyek wisata. Penelitian ini semakin menarik karena memandang efisiensi suatu sektor ekonomi dari dua sudut pada level makro, yaitu pemerintah sebagai penyedia *input* dan sektor swasta sebagai penyedia fasilitas serta penerima *output*. Secara garis besar, penelitian ini diharapkan dapat memberi *decision* yang tepat guna dan tepat sasaran pada level makro oleh pemerintah maupun swasta dalam mengembangkan dan mengoptimalkan fasilitas pariwisata.

Berkaitan dengan hal tersebut, pembahasan penelitian ini lebih difokuskan pada proses *benchmarking* suatu provinsi dalam mengefisienkan kegiatan pariwisata terhadap provinsi lain yang terindikasi lebih efisien. *Benchmark* merupakan upaya penyamaan penggunaan komponen *input* dan *output* efisiensi.

Efisiensi pariwisata dipandang lebih bermakna untuk pelaku bisnis khususnya usaha perhotelan, restoran, atau obyek wisata. Akan tetapi, analisis makro terkait kepariwisataan di negara-negara dengan potensi wisata yang besar seperti Indonesia, akan menjadi sangat bermanfaat pada level provinsi sebagai tangan pertama pengendali wilayah otonomi di bawah pemerintah nasional.

Pada Gambar 1 tampak bahwa setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia, khususnya Jawa, Bali, dan Kepulauan Nusa Tenggara selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan data BPS, kunjungan wisatawan yang cukup tinggi tercatat melalui pintu masuk Soekarno Hatta *International Airport* dan Ngurah Rai *International Airport*. Peningkatan cukup tajam terjadi pada tahun 2016 diseluruh pintu masuk yang diamati. Selain banyaknya destinasi wisata yang ada di Pulau Jawa, Bali, dan Kepulauan Nusa Tenggara, kemudahan akses untuk memasuki wilayah ini dinilai paling mudah dibanding wilayah lain di Indonesia.

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Wisatawan Mancanegara Berdasarkan Pintu Masuk Utama di Pulau Jawa-Bali-Nusa Tenggara, 2013-2017



Sumber : Badan Pusat Statistik

Keterangan :

SHIA: Soekarno-Hatta Intl. Airport	LOP: Lombok Intl. Airport	2013	2016
DPS: Ngurah Rai Intl. Airport	JOG: Adi Sutjipto Intl. Airport	2014	2017
SUB: Djuanda Intl. Airport	BDO: H. Sastranegara Airport	2015	

METODE

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengeluaran pemerintah untuk pariwisata diubah menjadi *variable of interest* pada penelitian ini dan dideskripsikan sebagai parameter efisiensi pariwisata. Jumlah pekerja pada sektor pariwisata, jumlah kamar hotel tersedia, pendapatan pariwisata, jumlah kunjungan tamu hotel, dan jumlah malam kamar terpakai hotel digunakan sebagai variabel pendukung. Hotel dalam hal ini adalah seluruh jenis akomodasi jangka pendek yang didata secara rutin oleh Badan Pusat Statistik.

Seluruh data yang digunakan merupakan data sekunder dan dikompilasi dari publikasi Badan Pusat Statistik selama periode 2013–2017. Penelitian ini menggunakan level provinsi sebagai objek penelitian serta dibatasi untuk wilayah Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara. Alasannya adalah wilayah ini merupakan destinasi utama wisata dengan pintu masuk yang paling banyak. Selain itu, 6 dari 10 destinasi wisata yang menjadi fokus Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) berada di wilayah ini, yaitu Tanjung Lesung, Kepulauan Seribu, Borobudur, Bromo, Mandalika, dan Labuhan Baji.

Data Envelopment Analysis (DEA) merupakan salah satu alat analisis nonparametrik yang cukup baik dalam mengukur efisiensi (Shahraki & Keshtegar, 2019). DEA mengukur efisiensi DMU (*Decision Making Units*) pada jumlah *input* dan *output* tertentu. DMU dalam hal ini adalah provinsi di Pulau Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara.

Teknis pengukurannya adalah melakukan rasio pembobotan terhadap *input* dan *output* pada masing-masing DMU. Selanjutnya, akan dilakukan perbandingan pada setiap DMU melalui *Linear Programming* (LP). Kombinasi *input* atau *output* akan menghasilkan *Frontier Line* sebagai batas efisiensi penggunaan *input* dalam menghasilkan *output*. Semakin jauh jarak kombinasi *input* atau *output* suatu DMU terhadap *Frontier Line*, DMU semakin tidak efisien (Kurt, 2017).

Terdapat 2 (dua) macam orientasi variabel yang digunakan, yakni:

- input-oriented*, meminimumkan penggunaan *input* untuk menghasilkan *output* tertentu.
- output-oriented*, memaksimumkan *output* pada *input* tertentu.

Untuk model dasar, terdapat 2 (dua) macam skala pengembalian, yakni CRS (*Constant Return to Scale*) dan VRS (*Variable Return to Scale*).

- CRS-Model mengasumsikan tidak ada hubungan substantif antara skala dan efisiensi pada DMU. Jika *input* berubah pada proporsi tertentu, *output* juga akan berubah sebesar perubahan proporsi *input*.
- VRS-Model memiliki kemungkinan skala pengembalian konstan, meningkat, dan menurun.

Pada penelitian ini, DEA yang digunakan adalah *Basic Envelopment Model* dengan skala pengembalian konstan dan meminimumkan penggunaan *input* atau dapat disebut **DEA Input-Oriented CRS Model**. Mekanisme *flow chart* pada penentuan efisiensi setiap DMU ada pada Gambar 2. Berikut ini adalah bentuk model dasar yang digunakan (Zhu, 2009).

$$\max h_0 = \frac{\sum_{j=1}^n u_j y_{j0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{i0}} \quad \text{subject to:} \quad \frac{\sum_{j=1}^n u_j y_{jk}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ik}} \leq 1$$

dimana,

- h_0 : skor efisiensi DMU₀,
- $u_j, v_i \geq 0$: penimbang *output* ke-*j* dan penimbang *input* ke-*i*,
- y_{j0}, x_{i0} : nilai *output* ke-*j* dan nilai *input* ke-*i* untuk DMU referensi, dan
- y_{jk}, x_{ik} : nilai *output* ke-*j* dan nilai *input* ke-*i* untuk DMU lainnya.

Persamaan (1) merupakan model fraksional sehingga untuk memudahkan penghitungan ditransformasi kedalam bentuk *Linear Programming* (LP):

$$\max \theta = \sum_{j=1}^n u_j y_{j0} \quad \text{subject to:} \quad \sum_{i=1}^m v_i x_{i0} = 1 \quad \sum_{j=1}^n u_j y_{jk} - \sum_{i=1}^m v_i x_{ik} \leq 0 \quad \dots (2)$$

dimana, : *Objective function* (parameter efisiensi).

Berdasarkan persamaan (2), dengan memaksimalkan fungsi objektif untuk seluruh DMU akan diperoleh nilai efisiensi masing-masing DMU. Syarat nilai efisiensi yang akurat adalah jumlah DMU yang diteliti harus lebih besar dibandingkan jumlah variabel *input* dan *output* yang digunakan. Keseimbangan fungsi kendala akan menunjukkan jumlah dari *input* tertimbang pada DMU₀ sedangkan ketidakseimbangan fungsi kendala akan menunjukkan bahwa

jumlah *output* tertimbang tidak melebihi jumlah *input* tertimbang. Jika nilai optimal dari *objective function* (θ^*) sama dengan 1, DMU₀ efisien. Jika nilai θ^* kurang dari 1, DMU₀ tidak efisien.

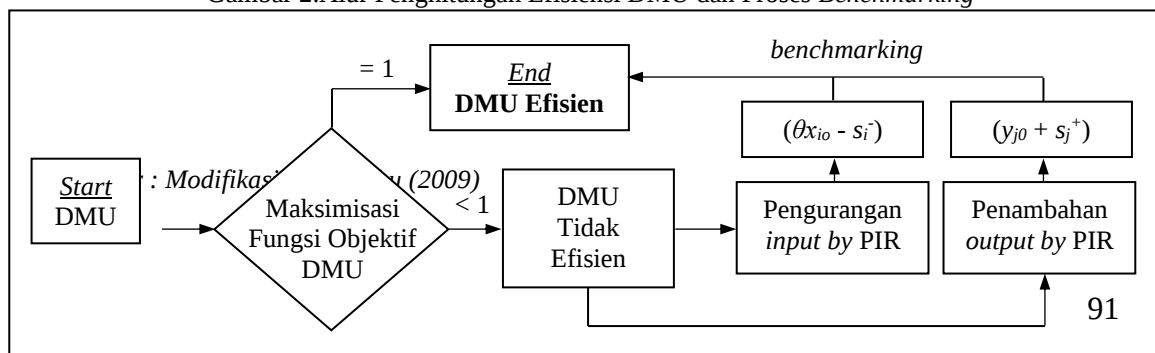
Untuk mengetahui tingkat penyimpangan inefisiensi dan tingkat improvisasi *input* menuju efisien, harus digunakan model CRS *dual form*. Berikut ini adalah bentuk model CRS *dual form* (Zhu, 2009).

$$\min \left[\theta - \varepsilon \left(\sum_{i=1}^m s_i^- + \sum_{j=1}^n s_j^+ \right) \right] \quad \text{subject to:} \quad y_{j0} = \sum_{k=1}^r y_{jk} \lambda_k - s_j^+ \quad \dots (3)$$

$$\theta x_{i0} = \sum_{k=1}^r x_{ik} \lambda_k + s_i^-$$

$$\lambda_k, s_i^-, s_j^+ \geq 0 \quad \forall i, j, k$$

Gambar 2. Alur Penghitungan Efisiensi DMU dan Proses *Benchmarking*



Penambahan variabel *slack* pada model CRS *dual form* menginformasikan adanya inefisiensi pada DMU dan dapat diketahui pula apa yang seharusnya dilakukan untuk efisien. θ merupakan besaran yang menunjukkan seberapa besar $inputx_{io}$ harus dikurangi menjadi θx_{io} agar DMU efisien. Komponen *slack* s_i^- merupakan kelebihan *input* ke-*i* pada DMU₀ yang seharusnya dikurangi agar efisien dan komponen *slack* s_j^+ merupakan kekurangan *output* ke-*j* pada DMU₀ yang seharusnya dapat ditambah produksinya. Berdasarkan model tersebut, jika *input* tertimbang pada DMU₀ yang tidak efisien dapat diubah menjadi $(\theta x_{io} - s_i^-)$ dan *output* tertimbang pada DMU₀ yang tidak efisien dapat diubah menjadi $(y_{jo} + s_j^+)$, DMU₀ tersebut akan menjadi efisien. Untuk mengetahui hasil *slack*, *Two-Stage Linear Programming Model* dapat digunakan, **Stage I**, model *dual-form*, dan nilai optimal *objective function* (θ^*) sudah didapatkan. Nilai θ^* ini sama dengan efisiensi pada *primal linear model*. **Stage II**, memaksimumkan penjumlahan *slack* pada *input* dan *output* sehingga didapatkan $\theta = \theta^*$. Pada kondisi CRS yang efisien dengan θ^* , λ^* , s_i^{*-} , dan s_j^{*+} , DMU₀ harus memenuhi kriteria $\theta^* = 1$ dan atau $(s_i^{*-}, s_j^{*+}) = 0$ (Shahraki & Keshtegar, 2019).

Variabel Input, terdiri atas:

- belanja pariwisata: belanja yang dilakukan oleh pemerintah daerah pada sektor pariwisata ditujukan untuk pengembangan pariwisata,
- pekerja pariwisata: jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor perhotelan, dan
- tempat tidur tersedia: seluruh tempat tidur yang disediakan oleh akomodasi jangka pendek yang siap digunakan dengan tarif yang ditentukan.

Variabel Output, terdiri atas:

- pendapatan pariwisata: pendapatan pemerintah daerah pada sektor pariwisata melalui pajak dan retribusi,
- kunjungan tamu: seluruh tamu asing dan domestik yang menginap di akomodasi jangka pendek, dan
- malam kamar terpakai: jumlah malam kamar dimana tamu menginap di akomodasi jangka pendek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efisiensi keuangan pemerintah pada sektor pariwisata menjadi fokus utama pada penelitian ini. Kegiatan utama pada sektor pariwisata adalah usaha/perusahaan yang bergerak pada bidang perhotelan, restoran, dan obyek wisata. Pemerintah mengalokasikan belanja pada sektor pariwisata guna meningkatkan pelayanan dan optimalisasi fasilitas di kawasan wisata. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi (Santi, 2018; Prasetya, 2019).

Besar kecilnya belanja pemerintah pada sektor pariwisata tidak dapat dinilai secara linier terhadap besar kecilnya pendapatan pemerintah pada sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan sasaran kebijakan pemerintah adalah pengembangan sektor dan tidak terkait langsung pada konsumen. Pemerintah meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata guna mendukung sektor swasta dalam menarik wisatawan ke wilayahnya. Untuk itu, dalam mengukur bagaimana alokasi belanja sektor pariwisata yang dikeluarkan pemerintah berdampak pada pendapatannya harus diketahui tingkat perkembangan usaha yang bergerak pada sektor pariwisata sebagai daya dukung utama. Data BPS menunjukkan bahwa Provinsi Bali memiliki pendapatan sektor pariwisata (pajak hotel, restoran, retribusi penginapan/vila, dan obyek wisata) yang paling tinggi selama 2013–2017 dibanding

provinsi lain di wilayah Jawa dan Nusa Tenggara. Hal ini dinilai sangat wajar karena Bali merupakan *center of tourism* Indonesia dengan beragamnya daya tarik wisata dan menjamurnya fasilitas kepariwisataan yang ada. Konsep *Public Private Partnership* memberi efisiensi dan efektivitas dalam pelayanan publik kepada masyarakat serta membantu pemerintah dalam menangani keterbatasan anggaran dan sumberdaya yang dimiliki dalam pengembangan sektor pariwisata (Burtseva, Nataliya & Irina 2020; Djabbari, Alwi & Saddam, 2021).

Ditinjau dari sisi potensi fasilitas kepariwisataan, banyaknya pekerja dan banyaknya tempat tidur tersedia di wilayah Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara cenderung selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya (BPS, 2018). Jumlah pekerja sektor perhotelan paling banyak ada di Provinsi Bali, Jawa Barat, dan DKI Jakarta. Jumlah tempat tidur yang disediakan paling banyak di Provinsi Jawa Barat, Bali dan Jawa Timur. Hal ini sejalan dengan potensi pariwisata yang menjadi faktor *endowment* wilayah. Secara khusus, sumberdaya menjadi faktor *endowment* yang paling besar. Dzulkifli dan Masjhoer (2020) menjelaskan bahwa pariwisata berbasis masyarakat adalah bentuk usaha kepariwisataan yang erat kaitannya dengan masyarakat dan bertujuan untuk menyejahterakannya. Sumberdaya yang dikelola masyarakat tentu perlu diatur penggunaannya agar dapat efektif dan efisien serta ramah lingkungan.

Temuan Li (2021) terkait pengembangan pariwisata di Guangxi memperkuat uraian faktor *endowment* pada penelitian ini. Sumberdaya pariwisata dasar membawa peran besar dalam mendorong peningkatan perekonomian.

Selama tahun 2013–2017, jumlah tamu menginap paling banyak berada di Provinsi Jawa Barat, baik tamu asing maupun domestik. Selain fasilitas di hotel,

wilayah Jawa Barat sering digunakan untuk kegiatan bisnis, *meeting*, dan konferensi, baik tingkat nasional maupun internasional. Jumlah malam kamar terpakai paling tinggi berada di Provinsi DKI Jakarta (BPS, 2018).

Efisiensi Kepariwisata

Tingkat efisiensi setiap provinsi selama tahun 2013–2017 tersaji pada Tabel 1. Berkaitan dengan efektivitas dan kemutakhiran analisis, pembahasan efisiensi kepariwisataan hanya dilakukan pada tahun 2016–2017. Hasil penghitungan tahun 2013–2015 digunakan sebagai perbandingan secara periodik waktu ke waktu.

Terdapat beberapa temuan menarik dari hasil penghitungan efisiensi di 9 provinsi amatan. DKI Jakarta dan Banten menjadi provinsi dengan efisiensi kepariwisataan yang paling stabil selama tahun 2013–2017. Banyak faktor pendukung dari stabilitas efisiensi ini. Beberapa diantaranya adalah efisiensi jumlah kamar yang tersedia dengan memperhatikan perkembangan jumlah tamu menginap dan malam kamar terpakai pada waktu-waktu sebelumnya. Selain itu, pembiayaan pariwisata dari pemerintah relatif efisien terhadap pendapatan pariwisata dari pajak dan retribusi. Dalam hal ini, efisiensi tidak berarti selalu menghasilkan *output* yang besar tetapi *output* yang dihasilkan optimal terhadap *input* yang optimal pula. Demikian pula sebaliknya, efisiensi ini bukan sekadar minimalisasi *input* tetapi optimalisasi *input* untuk menghasilkan *output* yang optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Chaabouni (2018) bahwa efisiensi dari sisi *input* atau *output* akan mendorong peningkatan manajemen kepariwisataan regional.

Tabel 1. Skor Efisiensi Pariwisata 9 Provinsi di Jawa-Bali-Nusa Tenggara, 2013-2017

DMU (Provinsi)	<i>Input-Oriented CRS Efficiency</i>					
	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
DKI Jakarta	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000
Jawa Barat	0,80758	1,00000	0,78562	1,00000	1,00000	1,00000
Jawa Tengah	0,69454	1,00000	0,96546	1,00000	0,99307	1,00000
DI Yogyakarta	0,60504	0,81532	0,60408	0,95077	0,83439	0,79048
Jawa Timur	0,63413	0,89342	0,68634	0,94412	0,78503	0,82390
B a n t e n	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000	1,00000
B a l i	1,00000	1,00000	0,96115	1,00000	1,00000	0,99488
Nusa Tenggara Barat	0,80431	1,00000	0,34796	0,53725	0,51831	0,61034
Nusa Tenggara Timur	0,60260	1,00000	0,74527	0,80836	0,64342	0,80039

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

DKI Jakarta dan Banten merupakan provinsi dengan fasilitas kepariwisataan yang sangat beragam. Banyak akomodasi jangka pendek dengan kualitas tinggi di wilayah ini sehingga sangat tepat jika destinasi wisata di kedua wilayah ini masuk dalam 10 destinasi wisata utama, yaitu Tanjung Lesung dan Kepulauan Seribu. Selain itu, kedua provinsi ini sering dijadikan sebagaipusatevent atau pertemuan skala nasional maupun internasional.

Temuan menarik lainnya adalah kepariwisataan di provinsi DI Yogyakarta dan Jawa Timur selama tahun 2013-2017 dinilai tidak pernah mencapai efisiensi yang optimal. Pada kenyataannya, destinasi wisata di kedua provinsi ini sangat diminati oleh wisatawan seperti Kawasan Bromo, Keraton Yogyakarta, Pantai Parangtritis, Tebing Breksi, dan lain sebagainya. Inefisiensi ini dapat disebabkan karena tidak optimalnya penggunaan biaya pariwisata yang dikeluarkan pemerintah, jumlah kamar

tersedia, dan jumlah pekerja pariwisata terhadap pendapatan pariwisata, malam kamar terpakai, dan jumlah kunjungan tamu. Hingga tahun 2017, sekitar 21,31 persen angkatan kerja di provinsi DI Yogyakarta bekerja pada sektor jasa-jasa (BPS, 2018). Proporsi ini akan menjadi efisien dalam kegiatan pariwisata jika lapangan pekerjaan yang digeluti memberi kesempatan kerja yang sesuai. Inefisiensi pada tenaga kerja berdampak pada upah yang diterima. Prasetya, Pudjihardjo,& Nurul (2019) menyatakan bahwa pengeluaran pemerintah dan konsumsi wisatawan berpengaruh besar pada ketimpangan upah pekerja pariwisata. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan tenaga kerja yang tidak efisien memberi dampak ikutan yang lebih parah, yakni ketimpangan upah yang harus ditanggung oleh pekerja.

Pada tahun 2016, Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Banten, dan Bali tercatat efisien dalam pengelolaan keuangan pemerintah sektor pariwisata

dan penyediaan fasilitas perhotelan. Secara detail, rasio jumlah tamu menginap terhadap jumlah tempat tidur yang tersedia paling tinggi terdapat di provinsi Jawa Tengah sebesar 207,15 dan provinsi DKI Jakarta mencapai rasio 201,49. Hanya DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten, dan Bali yang relatif efisien pada tahun 2017. Inefisiensi di provinsi Jawa Tengah karena penurunan rasio jumlah tamu menginap terhadap jumlah tempat tidur yang tersedia menjadi 205,84.

Decision Potential Improvement Rate (PIR)

Hasil penghitungan efisiensi pada tabel 1 perlu di-*breakdown* lebih rinci terkait komponen yang perlu dilakukan efisiensi. Terdapat 3 komponen yang digunakan dalam penghitungan efisiensi ini, yaitu belanja pariwisata, jumlah pekerja pariwisata, dan jumlah tempat tidur tersedia. Hasil penghitungan *Potential Improvement Rate (PIR)* untuk provinsi yang teridentifikasi tidak efisien tersaji pada tabel 2.

Decision melalui PIR ini didekati melalui persentase perbedaan nilai *input* aktual terhadap nilai *input* efisien yang ditargetkan. Besaran PIR ini digunakan untuk memberi batas penurunan *input* yang dapat dilakukan guna meningkatkan efisiensi. Untuk provinsi yang teridentifikasi efisien dalam pengelolaan keuangan pemerintah sektor pariwisata dan penyediaan fasilitas perhotelan, nilai *input* aktual sama dengan nilai *input* efisien yang ditargetkan. Pada provinsi yang belum efisien terdapat minimal 1 *input* yang memiliki selisih antara aktual dengan yang

ditargetkan. Besaran selisih ini harus diperkecil untuk mengurangi inefisiensi.

Pada tahun 2017, provinsi Jawa Tengah tercatat relatif tidak efisien dalam belanja pemerintah sektor pariwisata dan penyediaan fasilitas perhotelan dengan nilai efisiensi 99,31 persen. Hal ini dikarenakan ketiga *input* yang digunakan tidak efisien. Belanja pariwisata masih harus diturunkan sebesar 39,26 persen; jumlah pekerja 0,69 persen; dan jumlah tempat tidur yang disediakan 22,10 persen. Terdapat hal yang menarik, yakni pada *input* jumlah tenaga kerja, nilai *slack* efisiensinya sebesar nol. Hal ini dikarenakan nilai *input* tenaga kerja yang ditargetkan besarnya sama dengan proporsi dari nilai efisiensi *input* aktualnya. Hal ini berbeda dengan *input* belanja pariwisata dan jumlah tempat tidur yang disediakan. Proporsi *input* aktual terhadap efisiensi belum mampu mencapai *input* yang ditargetkan sehingga terdapat nilai *slack* sebesar 100,98 miliar rupiah dan 14.414 tempat tidur. Ketidakmampuan ini berkaitan dengan jumlah akomodasi yang tersedia di suatu wilayah. Chaabouni (2018) menemukan bahwa jumlah hotel dengan kelengkapan fasilitasnya memiliki pengaruh sangat besar pada efisiensi pariwisata di suatu wilayah.

Provinsi DI Yogyakarta, Jawa Timur, dan Nusa Tenggara Timur perlu melakukan efisiensi belanja pariwisata dari sisi pemerintah dan jumlah pekerja serta jumlah tempat tidur tersedia dari sisi swasta. Hal yang cukup berbeda terjadi di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yakni ketiga *input* tersebut belum menunjukkan efisiensi yang baik sehingga terdapat nilai

PIR yang harus dicapai. Variabel jumlah tenaga kerja memiliki nilai *slack* sebesar 2.459 orang. Penurunan jumlah tenaga kerja yang harus dicapai juga cukup besar, yakni 64,57 persen.

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki efisiensi yang relatif sangat rendah pada tahun 2016, yakni 53,73 persen. Inefisiensi ini dikarenakan adanya deviasi antara *input* aktual terhadap *input* efisien yang ditargetkan. Deviasi paling besar terjadi pada *input* tenaga kerja, yakni 56,59 persen dengan nilai *slack* efisiensi sebesar 1.171 orang. Kedua *input* yang lain memiliki nilai PIR sebesar 46,27 persen, yang berarti bahwa *input* belanja pariwisata dan tempat tidur yang

disediakan harus diturunkan sebesar 46,27 persen.

Sektor pariwisata di provinsi Nusa Tenggara Barat sedang mengalami perkembangan pesat. Inefisiensi yang terjadi sangat wajar karena para pelaku usaha sedang menjalani proses perintisan bisnis wisata. Kelebihan-kelebihan dalam penyediaan *input* menjadi bentuk respons para pelaku usaha untuk membuka peluang tingkat konsumsi yang besar. Hosseini & Hosseini (2021) menjelaskan juga bahwa performa pariwisata di suatu wilayah sangat bergantung pada *input-input* strategisnya. Ketika *input* yang digunakan tidak maksimal, optimalisasi hasil akan gagal.

Tabel 2. *Potential Improvement Rate* dan *Slack* Efisiensi 9 Provinsi Berdasarkan *Input-Oriented* CRS Model Tahun 2017 dan 2016

DMU (Provinsi) Tahun 2017	Efisiensi	Belanja Pariwisata		Jumlah Pekerja		Tempat Tidur Tersedia	
		PIR (%)	Slack (Rp 000)	PIR (%)	Slack (Orang)	PIR (%)	Slack
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
DKI Jakarta	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Jawa Barat	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Jawa Tengah	0,99307	- 39,26	100.976.756	-0,69	0	-22,10	14.414
DI Yogyakarta	0,83439	- 83,56	320.429.277	- 16,56	0	-28,75	4.437
Jawa Timur	0,78503	- 70,75	277.117.849	- 21,50	0	-32,33	8.694
B a n t e n	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
B a l i	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Nusa Tenggara Barat	0,51831	- 48,17	0	- 64,57	2.459	-48,17	0
Nusa Tenggara Timur	0,64342	- 88,38	88.194.080	- 35,66	0	-50,10	1.855

Tahun 2016

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
DKI Jakarta	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Jawa Barat	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Jawa Tengah	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
DI Yogyakarta	0,95077	-42,03	91.511.682	-4,92	0	-6,40	511
Jawa Timur	0,94412	-46,25	214.713.093	-5,59	0	-7,37	1.343
B a n t e n	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
B a l i	1,00000	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Nusa Tenggara Barat	0,53725	-46,27	0	-56,59	1.171	-46,27	0
Nusa Tenggara Timur	0,80836	-81,32	73.021.212	-19,16	0	-41,23	2.640

Sumber : Hasil Olahan Data (2021)

Provinsi DI Yogyakarta dan Jawa Timur memiliki pola yang hampir sama, yakni inefisiensi sektor pariwisata dikarenakan belum tepatnya jumlah *input* yang digunakan. Terdapat kelebihan 42,03 persen di provinsi DI Yogyakarta dan 46,25 persen di provinsi Jawa Timur untuk *input* belanja pemerintah sektor pariwisata. *Input* tenaga kerja dan jumlah tempat tidur yang disediakan di kedua provinsi ini perlu diturunkan menjadi di bawah 10 persen. Temuan ini cukup berbeda dengan kondisi di provinsi Nusa Tenggara Barat. Geliat pariwisata di DI Yogyakarta dan Jawa Timur sudah ada sejak beberapa dekade terakhir. Potensi pengembangan tidak akan secepat di Nusa Tenggara Barat. Inefisiensi yang terjadi lebih disebabkan belanja pemerintah pada sektor pariwisata tidak seluruhnya bermanfaat pada pengembangan fasilitas pariwisata. Hal ini ditunjukkan dengan pendapatan pajak dan retribusi dari sektor pariwisata DI Yogyakarta hanya 17,27 persen (Santi, 2018).

Sanjoto, Anderson,& Een (2021) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa jumlah wisatawan, lama tinggal

wisatawan, dan tingkat penghunian hotel memberi pengaruh yang besar pada perekonomian wilayah. Hal ini menjadi *guidance* untuk hasil penelitian ini bahwa faktor *input* kepariwisataan harus diefisienkan agar mampu mendorong perbaikan perekonomian wilayah.

Analisis Alternatif Benchmarking

Analisis alternatif *benchmarking* erat kaitannya dengan *input* efisien yang ditargetkan pada tabel 2. Analisis ini berguna untuk mengetahui wilayah acuan dan besaran penyesuaiannya agar efisiensi pengelolaan keuangan sektor pariwisata dan penyediaan fasilitas perhotelan di 9 provinsi di Pulau Jawa-Bali-Nusa Tenggara dapat dilakukan sesuai besaran faktor kepadatan (λ). Pada tabel 3 disajikan pola *benchmarking* efisiensi untuk setiap provinsi tahun 2017 dan 2016 (pola *benchmarking* tahun 2013–2015 terdapat pada lampiran).

Secara umum, berdasarkan tabel 3 dan tabel pada lampiran, dapat diketahui bahwa provinsi Banten paling banyak dijadikan sebagai *benchmark* peningkatan efisiensi oleh provinsi lain setiap tahunnya. Pada tahun 2013 sebanyak 6 kali, 2014 sebanyak 2 kali, 2015 sebanyak 7 kali, 2016 sebanyak 4 kali, dan tahun 2017 sebanyak 5 kali. Provinsi DKI Jakarta dalam 5 tahun menjadi *benchmark*

sebanyak 4 kali, provinsi Jawa Tengah sebanyak 5 kali, dan provinsi Jawa Barat sebanyak 2 kali.

Kemampuan suatu wilayah untuk menjadi acuan sangat bergantung pada stabilitas efisiensi. Hal ini sesuai dengan penghitungan efisiensi pada tabel 1 terhadap hasil *benchmarking* pada tabel 3, yakni provinsi Banten dan DKI Jakarta menjadi wilayah acuan dengan efisiensi yang paling stabil. Hasil identifikasi *benchmarking* efisiensi *input* pada tabel 3 dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) subbahasan sebagai berikut.

a. Benchmarking Provinsi Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur terhadap Provinsi Banten Tahun 2017 (1 Provinsi terhadap 1 Provinsi)

Pada tabel 3 tampak bahwa keempat provinsi tersebut memiliki nilai $\lambda > 1$ yang berarti bahwa pengelolaan *input* dan *output* sektor pariwisata tidak

efisien. Untuk mengefisienkannya, *benchmarking* dapat dilakukan berdasarkan efisiensi pada Provinsi Banten. Provinsi Jawa Tengah dengan $\lambda = 3,069$ harus menerapkan *Decreasing Return to Scale* untuk mendapatkan *benchmark input* efisien berdasarkan *input* provinsi Banten. Demikian pula untuk *input* tenaga kerja dan jumlah tempat tidur yang tersedia. Hal yang sama juga dapat dilakukan oleh provinsi DI Yogyakarta dan Jawa Timur untuk menerapkan *Decreasing Return to Scale* berdasarkan *input* provinsi Banten ($\lambda_{DIY} = 1,518$ dan $\lambda_{Jatim} = 3,177$).

Tabel 3. Wilayah Acuan *Benchmarking* dan Komponen λ pada Efisiensi Pariwisata di 9 Provinsi di Pulau Jawa-Bali-Nusa Tenggara Tahun 2017 dan 2016

DMU (Provinsi) Tahun 2017	Total λ	Komponen 1		Komponen 2	
		λ	Wil. Referensi	λ	Wil. Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
DKI Jakarta	1,000	1,000	DKI Jakarta		
Jawa Barat	1,000	1,000	Jawa Barat		
Jawa Tengah	3,069	3,069	Banten		
DI Yogyakarta	1,518	1,518	Banten		
Jawa Timur	3,177	3,177	Banten		
B a n t e n	1,000	1,000	Banten		
B a l i	1,000	1,000	Bali		
Nusa Tenggara Barat	0,532	0,027	Jawa Barat	0,505	Banten
Nusa Tenggara Timur	0,375	0,375	Banten		

DMU (Provinsi)	Total λ	Komponen 1	Komponen 2	Komponen 3
----------------	-----------------	------------	------------	------------

Tahun 2016		λ	Wil. Referensi	λ	Wil. Referensi	λ	Wil. Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
DKI Jakarta	1,000	1,000	DKI Jakarta				
Jawa Barat	1,000	1,000	Jawa Barat				
Jawa Tengah	1,000	1,000	Jawa Tengah				
DI Yogyakarta	1,050	0,311	Jawa Tengah	0,739	Banten		
Jawa Timur	2,750	0,499	Jawa Tengah	2,251	Banten		
B a n t e n	1,000	1,000	Banten				
B a l i	1,000	1,000	Bali				
Nusa Tenggara Barat	0,360	0,050	DKI Jakarta	0,038	Jawa Tengah	0,272	Banten
Nusa Tenggara Timur	0,427	0,427	Banten				

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

b. Benchmarking Provinsi Nusa Tenggara Barat terhadap Provinsi Jawa Barat dan Banten Tahun 2017 (1 Provinsi terhadap 2 Provinsi)

Inefisiensi pada provinsi Nusa Tenggara Barat dapat ditanggulangi melalui *benchmarking* terhadap provinsi Jawa Barat dan Banten sesuai dengan proporsi faktor kepadatan (λ) yang dihasilkan. Yang harus dilakukan provinsi Nusa Tenggara Barat adalah *benchmark* sebesar 94,92 persen terhadap provinsi Banten sedangkan sisanya kepada Provinsi Jawa Barat. Karakteristik provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki banyak kemiripan dengan provinsi Banten daripada Jawa Barat. Hal ini dapat dilihat dari luas wilayah yang relatif tidak timpang (BPS, 2018) dan kondisi masyarakat yang relatif mengelompok. Kemiripan ini sangat besar dampaknya dalam menentukan kebijakan, khususnya sektor pariwisata.

Pola *benchmarking* lain dengan konsep 1 provinsi terhadap 2 provinsi lain adalah *benchmarking* provinsi DI Yogyakarta terhadap Jawa Tengah dan Banten serta Provinsi Jawa Timur terhadap Jawa Tengah dan Banten pada tahun 2016. Pada dasarnya, proses *benchmarking* suatu wilayah dengan wilayah lain yang lebih dari 1 wilayah acuan, implementasi

improvement yang dilakukan akan lebih rumit. Provinsi yang mengacu harus dapat mengidentifikasi faktor *endowment* provinsi-provinsi yang diacu. Contohnya, provinsi DI Yogyakarta mengacu Jawa Tengah dan Banten. Kondisi geografis, kultur budaya, aksesibilitas, dan jenis obyek wisata antara Jawa Tengah dan DI Yogyakarta banyak kemiripan. Lain halnya ketika disandingkan antara DI Yogyakarta dan Banten. Proporsi *benchmarking* yang cukup besar (sekitar 0,739 dari 1,050) terhadap Provinsi Banten lebih dikarenakan potensi *improvement input* provinsi DI Yogyakarta lebih dekat dengan efisiensi *input* provinsi Banten.

c. Benchmarking Provinsi Nusa Tenggara Barat terhadap Provinsi DKI Jakarta, Jawa Tengah dan Banten Tahun 2016 (1 Provinsi terhadap 3 Provinsi)

Pada analisis *benchmarking* ini, provinsi Nusa Tenggara Barat tercatat paling banyak melakukan *benchmark*, khususnya pada tahun 2016 ini, yakni terdapat 3 provinsi yang dijadikan acuan. Untuk mencapai *input* efisien yang ditargetkan (sebesar 61.280.198.000 rupiah untuk belanja pariwisata, 4.931 orang tenaga kerja, dan 10.305 tempat tidur yang tersedia) dapat dilakukan *benchmarking* IRS terhadap provinsi DKI

Jakarta sebesar (684.844.432.000; 41.691; 66.284) x 0,05029; Jawa Tengah (337.154.766.000; 22.638; 65.312) x 0,03087; dan Banten (51.428.056.000; 7.243; 16.471) x 0,27231.

SIMPULAN

Provinsi yang teridentifikasi efisien dalam pengelolaan keuangan pemerintah sektor pariwisata dan penyediaan fasilitas perhotelan dapat dijadikan sebagai *benchmark* bagi provinsi-provinsilain yang teridentifikasi tidak efisien. Pada tahun 2017, provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten, dan Bali teridentifikasi efisien pada pengelolaan sektor pariwisata sehingga *input* efisien pada provinsi-provinsi ini dapat digunakan sebagai acuan dalam peningkatan efisiensi 5 provinsi yang lain. Efisiensi yang dilakukan harus memperhatikan faktor *input* dan sumber daya yang dimiliki. Setiap provinsi memiliki karakteristik sumber daya masing-masing sehingga pemerintah bersama dengan sektor swasta harus mampu bersinergi terutama dalam upaya pengadaan dan pengembangan fasilitas kepariwisataan yang berorientasi pada optimalisasi sumberdaya. *Benchmark* dilakukan sebagai *guidance* untuk langkah yang akan dilakukan, yaitu dari sisi *input* saja, *output* saja, atau keduanya.

Selain melalui *benchmarking*, proses peningkatan efisiensi dapat dilakukan dengan cara meminimalkan penggunaan *input* pada tingkat *output* yang tetap. *Input* yang minimal diharapkan memperkecil total biaya pengeluaran. Akan tetapi, pengurangan *input* yang tidak terprogram berpotensi menurunkan *output* secara signifikan. Penurunan komponen *input* didasarkan pada hasil analisis *input* efisien yang ditargetkan berdasarkan pengolahan DEA *Input-Oriented CRS Model*. Persentase penurunan yang disarankan sudah mencakup komponen *slack* yang merupakan nilai optimal penurunan *input* dibawah tingkat efisiensi

yang terjadi. Provinsi DKI Jakarta dan Banten memiliki tingkat efisiensi yang paling stabil selama 5 tahun (2013–2017). Provinsi dengan tingkat efisiensi paling rendah selama periode tersebut adalah Nusa Tenggara Barat. *Stakeholder* terkait harus dapat memperhitungkan optimalisasi *input* dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat karena pengurangan *input* tenaga kerja dinilai akan memperburuk kesejahteraan masyarakat, khususnya yang bekerja pada sektor pariwisata. Secara teoretis, hasil penelitian ini sangat bermanfaat dalam upaya pengembangan metode pengukuran efisiensi pada sektor kepariwisataan yang belum banyak dilakukan di Indonesia.

Penelitian yang hanya mencakup wilayah Pulau Jawa dan pemilihan skala pengembalian CRS pada penghitungan efisiensi merupakan keterbatasan penelitian ini. Pemilihan Pulau Jawa, Bali dan Nusa Tenggara dilakukan karena wisatawan yang berkunjung ke wilayah ini relatif dominan dibandingkan kepulauan lainnya. Pemilihan skala pengembalian CRS lebih dikarenakan keterbatasan *software* yang digunakan. Oleh karena itu, perlu ada penelitian lebih lanjut dengan memperluas cakupan dan variasi penggunaan skala pengembalian pada penghitungan efisiensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2015-2017*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Keuangan Pemerintah 2013-2017*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Tahun 2013–2017*. Badan Pusat Statistik.
- Atan, M. & Arslanturk, Y. (2015). *Efficiency of the Tourism Potential of World*. Gazi Journal of

- Economics and Bussiness. vol. 1, hal. 59–76.
- Burtseva, T., Nataliya M.& Irina K. (2020). Assesment of Efficiency of Innovative Technologies in Tourism.Proseeding Conference Paper. E3S ITSE 2020.
- Chaabouni, Sami. (2019). China's Regional Tourism Efficiency: A Two-Stage Double Bootstrap Data Envelopment Analysis.Journal of Destination Marketing and Management. Nov 2019, hal. 183–191.
- Djabbari, M. H., Alwi. & Saddam H. T. (2021). Implementasi Public Private Partnership dalam Pengembangan Pariwisata d Kabupaten Toraja Utara.Jurnal Analisis Kebijakan Publik. Juni 2021,vol. 7, hal. 1–13.
- Dzulkifli, M.& Jussac M. M.(2020). Analisis Efisiensi Sumber Daya dan Produksi Bersih di Desa Wisata Pulesari, Sleman, Yogyakarta.JUMPA. Januari,vol. 6,no. 2, hal. 307–333.
- Hosseini, S. P. &Hosseini, S. M.(2021). Efficiency Assessment of Tourism Industry in Developing Countries in the Context of Infrastructure; A Two Stage Super Efficiency Slacks Based Measure.Open Journal of Social Sciences. April, vol. 9,hal. 346–372.
- Kosmaczewska, J. (2014). Tourism Interest and the Efficiency of its Utilisation Based on the Example of the European Unity Countries.Scientiarum Polonorum Oeconomia.vol. 13,hal. 77–90.
- Kurt, H.S. (2017). Measuring Tourism Efficiency of European Countries by Using Data Envelopment Analysis.European Scientific Jurnal. April,vol. 13,no. 10,hal. 31–49.
- Li, Wenhua. (2021). Research on the Tourism Efficiency in Guangxi-Based on DEA-Malmquist Model. Proseeding Conference Paper. E2S TEES 2021.
- Lamiah, R., Dianne O. R. & Mita E. T. (2015). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Outlet Coffee Shop.Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata.Januari,vol. 2,no. 1, hal. 76–96.
- Moerwanto, A. S.&Junoasmono, T. (2017). Strategi Pembangunan Infrastruktur Wisata Terintegrasi.Jurnal HPJI. Juli,vol. 3,no. 2,hal. 67–78.
- Oukil, A., Channouf, H dan al-Zaidi, A. (2016). Performance Evaluation of the Hotel Industry in an Emerging Tourism Destination : the Case of Oman.Journal of Hospitality and Tourism Management. vol. 29,hal. 60–68.
- Pangkey, I. &Pinatik, S. (2015). Analisis Efektivitas dan Efisiensi Anggaran Belanja pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara.Jurnal EMBA. Desember, vol. 3,no. 4,hal. 33–43.
- Prasetya, L. M. A., M. Pudjihardjo, & Nurul B. (2019). Analisis Pengeluaran Sektor Pariwisata terhadap Ketimpangan Upah Tenaga Kerja di Indonesia.Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia. Mei,hal. 100–118.
- Prasetyo, Danang. (2010). Analisis Efisiensi Teknis dan Alokatif Hotel di Kawasan Wisata Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dengan Menggunakan Metode DEA. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ramdhan, R. A. (2018). Analisis Dampak Perkembangan Sektor Pariwisata terhadap Kesejahteraan Pekerja (Studi Kasus: Coban Ratu Kota Batu). Malang: Universitas Brawijaya.

- Sanjoto, Y., Anderson G. K. & Een N. W. (2021). Analisis Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Kota Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmu Efisiensi*. volume 21, no. 01, hal. 70–80.
- Santi, D. K. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2010-2016. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Shahraki, A. S. & Keshtegar, A. (2019). Determining the Efficiency of Economic Tourism Industry in Chababar Free Zone by Using Data Envelopment Analysis (DEA) Method. *Journal of Iran Economic Rev.* vol. 23, no. 4, hal. 1019–1039.
- Vraná, Bc. Veronika. (2016). The Efficiency of Public Expenditure Evidence from Czech Republic. Prague: Institute of Economic Studies Charles University.
- Yasa, N., Hazmira Y. & Dodi D. (2018). Pemodelan Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Sumatera Utara dengan Menggunakan Metode Regresi Nonparametrik dengan Pendekatan Deret Fourier dan Sarima. Padang: Universitas Andalas.
- Zhu, Joe. 2009. Quantitative Models for Performance Evaluation and Benchmarking : Data Envelopment Analysis with Spreadsheets (2nd Edition). New York: Springer.

KONDISI EKSISTING DESTINASI PARIWISATA PANTAI LASIANA KOTA KUPANG BERDASARKAN ATRAKSI, AKSESIBILITAS, FASILITAS, KELEMBAGAAN, DAN EKOSISTEM PARIWISATA

Existing Condition of Lasiana Beach Tourism Destination, Kupang City Based On Attractions, Accessibility, Facilities, Institutions, and Tourism Ecosystems

Jefirstson Richset Riwukore¹

¹Dosen di Ilmu Manajemen Pascasarjana UIGM
Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jenderal Sudirman, KM-4, No.629, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30129
jefriwukore@gmail.com; jefritson@uigm.ac.id

Fellyanus Habaora²

²Mahasiswa di Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan, Sekolah Pascasarjana IPB ,
Institut Pertanian Bogor
Kampus IPB, Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Bogor, Jawa Barat
aryahabaora@gmail.com

Tien Yustini³

³Dosen di Ilmu Manajemen Pascasarjana UIGM
Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jenderal Sudirman, KM-4, No.629, Kota Palembang, Sumatera Selatan,
tien_yustini@uigm.ac.id

Diterima: 22 Pebruari 2021. Disetujui: 01 Agustus 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis kondisi eksisting destinasi pariwisata Pantai Lasiana, Kota Kupang berdasarkan atraksi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan ekosistem pariwisata. Penelitian dilaksanakan di Pantai Lasiana Kota Kupang, bulan Juli–Desember 2019 menggunakan desain *Research and Action Research* dan teknik pendekatan deskriptif. Penentuan sampel secara *cross section* atau sampel tersedia. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara pada beberapa informan masyarakat yang ditemui di sekitar objek wisata maupun dengan Kepala Dinas Pariwisata Kota Kupang dan Penanggungjawab lokasi wisata, dan studi dokumentasi/kepuustakaan. Data dianalisis dengan sortasi informasi dan deskripsi terhadap poin-poin hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata Pantai Lasiana tertinggi untuk berenang dan terendah untuk sekolah alam. Sebagian besar wisatawan mengeluhkan aksesibilitas ke destinasi wisata. Meskipun demikian, sebagian besar wisatawan berpendapat fasilitas yang ada di lokasi wisata cukup lengkap. Peran kelembagaan pariwisata dianggap kurang karena orang berkunjung ke lokasi destinasi lantaran sering ke lokasi atau diajak orang lain. Ekosistem pariwisata masih terlihat lemah dari aspek investasi, kebijakan, dan sumber daya pariwisata. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah diversifikasi atraksi, peningkatan kondisi fisik fasilitas dan involusi fasilitas wisata, efektivitas pemasaran dan promosi destinasi wisata, peningkatan peran publik, dan perbaikan aksesibilitas destinasi wisata.

Kata Kunci: atraksi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, ekosistem

Abstract

The purpose of the study was to determine and analyze the existing condition of the Lasiana Beach tourism destination in Kupang City based on attractions, accessibility, facilities, institutions, and tourism ecosystems. The research took at Lasiana Beach, Kupang City, from July – December 2019 using Research and Action Research designs and descriptive approach techniques. Determination of samples by cross-section or available samples. The data were analyzed by sorting information and descriptions of the points from the observations, interviews, and documentation carried out. The results showed that the highest tourist attraction for Lasiana Beach was for swimming and the lowest for nature schools. Most tourists complain about the accessibility to tourist destinations. However, most tourists feel that the facilities at the tourist sites are quite complete. The role of tourism institutions is considered lacking while people visit a destination because they often visit it and are invited. The tourism ecosystem still looks weak in terms of investment, policies, and tourism resources. Recommendations are diversification of attractions, improvement of the physical condition of facilities and the involution of tourist facilities, the effectiveness of marketing and promotion of tourist destinations, increasing the role of the public, and improving the accessibility of tourist destinations.

Keywords: attractions, accessibility, facilities, institutions, ecosystem

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang sedang berkembang pesat di dunia, termasuk di Indonesia dengan kekayaan alam, budaya, dan adat istiadat yang berbeda dan menjadi modal utama dalam kepariwisataan (Maulana & Koesfardani, 2020). Keadaan ini menyebabkan pariwisata di Indonesia menjadi salah satu daerah tujuan wisata atau destinasi.

Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa destinasi pariwisata atau daerah tujuan pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi

kepariwisataan. Astuti & Noor (2016) menyatakan, daya tarik wisata (atraksi) merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peranan penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut.

Yoeti (1996) menyatakan, fasilitas umum dalam pariwisata merupakan semua fasilitas yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta memberi pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, baik sebagai fasilitas pokok, pelengkap, maupun penunjang seperti bank, rumah sakit, polisi. Fasilitas umum ini dapat berupa (a) fasilitas pokok, yaitu perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada arus kedatangan wisatawan, seperti

travel agen, transportasi, akomodasi, dan restoran; (b) fasilitas pelengkap, yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan tetapi yang terpenting adalah membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan pariwisata; dan (c) fasilitas penunjang, yaitu perusahaan yang menunjang sarana pokok serta berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata tetapi agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

Selanjutnya, Pitana & Diarta (2009) menjelaskan, fasilitas destinasi/amenitas merupakan elemen dalam destinasi atau unsur yang berhubungan dengan destinasi dan memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Fasilitas destinasi dapat berupa akomodasi, restoran, cafe dan bar, alat transportasi dan taksi, serta pelayanan lain, termasuk toko, salon, pelayanan informasi, dan sebagainya.

Seluruh elemen yang terdapat di destinasi wisata dan memiliki hubungan yang saling terkait sehingga menjadi kebutuhan yang kompleks di lokasi destinasi wisata disebut dengan ekosistem. Leewellyn & Abdillah (2020) menyatakan bahwa konsep ekosistem pariwisata memaparkan tentang keterkaitan berbagai komponen sebagai bagian dari pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan. Komponen pembentuk ekosistem pariwisata tersebut terdiri atas 12 komponen, yakni (1) tren pariwisata global, (2) target wisatawan, (3) nilai-nilai produk pariwisata, (4) produk pariwisata, (5) destinasi pariwisata, (6) pemasaran pariwisata, (7) kebijakan dan kemitraan pariwisata, (8) industri pendukung, (9) infrastruktur pendukung, (10) sumber daya pendukung, (11) investasi pariwisata, dan (12) pendapatan pariwisata.

Ekosistem pariwisata tersebut akan memberi daya tarik pada seseorang untuk berkunjung ke destinasi wisata dengan motif tertentu. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah biasanya sekaedar untuk *refreshing* dan berjalan-jalan. Selain itu, ada juga yang melakukan perjalanan wisata karena ada urusan bisnis ke suatu daerah.

Ada berbagai jenis pariwisata yang dikelompokkan berdasarkan tujuan atau motif seseorang atau kelompok. Berikut jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (1987).

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, memenuhi rasa ingin tahu, mengendorkan ketegangan sarafnya, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, atau bahkan mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang memanfaatkan hari-hari liburnya untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, menyegarkan keletihan dan kelelahan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan karena ada keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau ikut serta dalam festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Jenis pariwisata ini dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu (a) *big sports event*, pariwisata yang dilakukan karena ada

peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *olympiade games*, *world cup*, dan lain-lain; (b) *sporting tourism of the practitioner*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin melatih dan mempraktikkan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*), yaitu bentuk travel profesional atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberi pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan kepada pelakunya.
6. Pariwisata untuk berkovens (convention tourism), yaitu konvensi yang sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara.

Salah satu wilayah administratif yang memiliki potensi destinasi wisata di propinsi NTT adalah Kota Kupang dengan daya tarik wisata berupa wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, wisata bawah laut, dan wisata religi. Sulaiman et al. (2013) melaporkan bahwa penyebaran jumlah destinasi pariwisata di Kota Kupang ± 38 lokasi yang dapat diakses dari 43 potensi objek wisata yang terdiri dari 26 objek wisata alam, 9 objek wisata pantai, dan 8 objek wisata budaya. Salah satu destinasi wisata yang sering dikunjungi adalah Pantai Lasiana, Kota Kupang. Sanam & Adikampana (2014) melaporkan, Pantai Lasiana merupakan salah satu potensi dan daya tarik wisata berupa pantai dengan letaknya yang strategis berada dekat pusat Kota Kupang, berjarak ± 10 km dari pusat Kota Kupang. Pantai Lasiana dikenal sebagai pantai yang landai dengan ombak yang tenang serta pasir putihnya dan saat ini merupakan primadona bagi masyarakat Kota Kupang.

Sanam & Adikampana (2014) melaporkan bahwa perlu usaha konstruktif untuk membangun dan mengembangkan destinasi wisata di Kota Kupang agar memiliki atraksi orang berkunjung dan

juga akan berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, promosi budaya, konservasi alam, dan sumber daya lainnya menuju pariwisata berkelanjutan. Akan tetapi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan ekosistem pariwisata merupakan hal yang sangat mendukung dalam pengembangan kepariwisataan Pantai Lasiana.

Selama ini kajian kondisi eksisting pada destinasi pariwisata di Kota Kupang umumnya masih bersifat parsial atau terbatas sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih komprehensif dari aspek atraksi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan ekosistem pariwisata. Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan destinasi pariwisata di Pantai Lasiana perlu dukungan elemen destinasi pariwisata yang tersedia seperti (1) bagaimana persepsi orang sehingga tertarik untuk berkunjung (atraksi), (2) bagaimana aksesibilitas ke lokasi destinasi (aksesibilitas), (3) bagaimana dukungan fasilitas destinasi wisata, (4) bagaimana peran kelembagaan promosi pariwisata, dan (5) apakah destinasi pariwisata sesuai dengan komponen-komponen ekosistem pariwisata. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis kondisi eksisting destinasi pariwisata Pantai Lasiana berdasarkan atraksi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan ekosistem pariwisata. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan informasi untuk pemerintah di Kota Kupang dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan sehingga kebijakan pariwisata yang digunakan efektif dan efisien.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kupang mulai bulan Juli–Desember 2019. Desain penelitian ini adalah *action research*. *Action research* (penelitian tindakan) salah satu alternatif metode penelitian dalam studi dan aksi berbasis kondisi eksisting (Sekaran, 2010). *Desain*

research dan *action research* merupakan penelitian tindakan yang dilakukan tidak hanya untuk memperoleh kebenaran semata namun juga menciptakan kondisi yang diharapkan karena memerlukan partisipasi masyarakat secara aktif. Partisipasi masyarakat dapat berupa keadaan persepsi yang dirasakan saat berada dalam suatu objek penelitian tersebut, misalnya masyarakat yang sedang berkunjung di Pantai Lasiana. Melalui *action research* akan dapat dihasilkan formula yang sesuai dengan kondisi masyarakat dalam melakukan upaya pemberdayaan masyarakat (Darwis, 2016).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan dan menampilkan data dan informasi sesuai temuan lapangan terkait atraksi, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan ekosistem pariwisata. Populasi dan sampel ditentukan menggunakan metode *cross section* terhadap pengunjung lokasi destinasi. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara pada beberapa informan masyarakat yang ditemui di sekitar objek wisata maupun dengan Kepala Dinas Pariwisata Kota Kupang dan Penanggungjawab lokasi wisata, dan studi dokumentasi/kepuustakaan. Data dianalisis dengan melakukan sortasi informasi dan deskripsi terhadap poin-poin hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pantai Lasiana

Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Suatu destinasi pariwisata memiliki dua

peran utama dan sejumlah peran pendukung. Peran pertama adalah destinasi harus berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi warga yang tinggal di sekitar wilayah destinasi tersebut. Peran kedua, destinasi harus dapat menyediakan lapangan usaha tambahan bagi kesejahteraan penduduk dengan menawarkan berbagai kegiatan atau pengalaman pariwisata (Ritchie & Crouch, 2003).

Pantai Lasiana Kota Kupang mulai dioperasikan untuk umum pada tahun 1970-an oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur (Pemprov NTT). Tahun 1986, Pemprov NTT mengembangkan wisata Pantai Lasiana dengan menyiapkan dan membangun fasilitas pendukung wisata seperti lopo-lopo, kolam renang, kantor pengelola, panggung hiburan, dan jenis bangunan lainnya. Sejak tahun 1997, aset dan manajemen pengelolaan wisata Pantai Lasiana dialihkan dari Pemprov NTT ke Pemerintah Kota Kupang (Pemkot Kupang) melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Kupang.

Tahun 2009, Pemkot Kupang mengalokasikan dana APBD untuk menata lokasi wisata dengan membangun tanggul-tanggul pemecah ombak di pantai, kios/warung untuk pedagang, perbaikan lopo-lopo tetapi penataannya tidak optimal. Pantai Lasiana memiliki daya tarik bahari yang sangat potensial namun belum ditata secara baik. Keadaan ini dapat dilihat dari daftar kunjungan wisatawan ke Pantai Lasiana seperti tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Kunjungan Wisatawan Pantai Lasiana

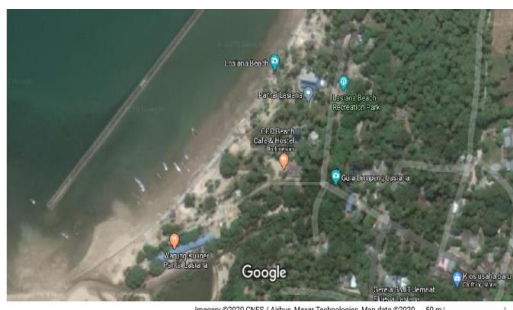
Tahun	Kunjungan Wisatawan		Total
	Mancanegara	Lokal	
2015	851	29.553	30.404
2016	1.177	27.225	28.402
2017	1.209	39.550	40.759
2018	996	29.189	30.185

Sumber: Laporan Dinas Pariwisata Provinsi NTT Tahun 2019

Informasi dan data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap tahun angka

kunjungan wisatawan terus menurun meskipun terjadi kenaikan di tahun 2017. Penurunan kunjungan wisatawan mungkin dipengaruhi ketersediaan fasilitas yang belum memadai dengan aksesibilitas destinasi yang terbatas. Fanggidae & Bere (2020) melaporkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lasiana cenderung menurun karena keterbatasan fasilitas wisata dan kurangnya perawatan fasilitas-fasilitas yang ada. Ketiadaan dan keterbatasan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati daya tarik wisata. Sumayang (2003) menyatakan bahwa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain: (1) kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, (2) kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan, dan (3) kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan. Kemungkinan pada tahun 2020 terjadi penurunan wisatawan secara masif akibat pandemi corona.

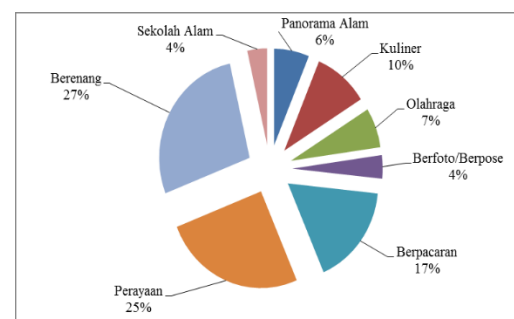
Lokasi Wisata Pantai Lasiana terletak di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur dengan batas-batas wilayah sebelah utara dengan Teluk Kupang, sebelah Selatan dengan Desa Oelnasi, sebelah Timur dengan Kelurahan Tarus, dan sebelah Barat dengan Kelurahan Oesapa. Pantai Lasiana memiliki potensi-potensi pengembangan destinasi wisata baik alam dan budaya.



Gambar 1. Peta Lokasi Pantai Lasiana
(Sumber: Olahan data)

Atraksi Pantai Lasiana Kota Kupang

Atraksi adalah daya tarik yang membuat orang berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke suatu tempat yang menarik karena keindahan alam, keunikan kawasan, banyaknya sumber daya yang menonjol, keutuhan sumber daya alam, kepekaan sumber daya alam, pilihan rekreasi, kelangkaan flora dan fauna, serta kerawanan kawasan (Ahmad & Mukkadas, 2017). Informasi dan data atraksi Pantai Lasiana sebagai destinasi wisata dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Unsur Atraksi (Sumber: Olahan data)

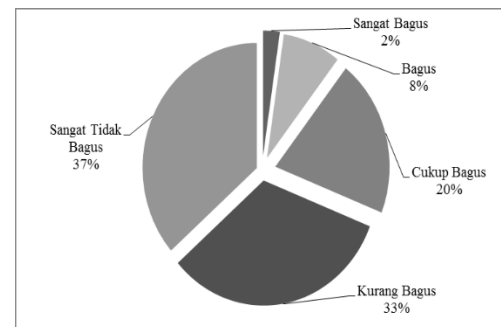
Secara umum tujuan pengunjung/wisatawan mengunjungi Pantai Lasiana sebagai destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh motif untuk berenang (27%), perayaan (25%), berpacaran (17%), kuliner (10%), olahraga (7%), panorama alam (6%), berfoto/berpose (4%), dan sekolah alam (4%). Sebagian besar pengunjung/wisatawan pergi ke lokasi Pantai Lasiana sangat dipengaruhi oleh persepsi pengunjung terhadap keadaan fisik Pantai Lasiana. Nenobais & Lada (2017) melaporkan bahwa minat pengunjung/wisatawan ke Pantai Lasiana sangat dipengaruhi oleh kondisi fisiknya yang berpasir putih, ada perbukitan di bagian Barat, airnya jernih dan biru dengan debur ombak yang bergulung-gulung kecil dan tenang sehingga menjadi alternatif pilihan pengunjung/wisatawan untuk melepaskan kepenatan dengan mandi, berenang, berjemur, bermain bola, makan

jagung bakar, pisang gepe, dan minum es kelapa muda di kala menjalani libur, juga di pesisir pantai terdapat pondok-pondok yang disebut lopo-lopo sebagai tempat berteduh.

Sanam & Adikampana (2014) melaporkan bahwa motivasi pengunjung/wisatawan ke Pantai Lasiana sangat dipengaruhi oleh daya tarik potensi alam pantai yang berpasir putih dan tenang, garis pantai yang panjang dengan pasirnya yang halus, dapat melihat panorama alam matahari terbenam (*sunset*), rindangnya pepohonan lontar, dan aneka aktivitas yang dapat dilakukan seperti duduk santai sambil menikmati alam, mandi dan selam, makan dan minum khas daerah, fotografi dan olahraga pantai. Selain itu, Pantai Lasiana memiliki daya tarik penunjang seperti pemanfaatan lontar menjadi berbagai barang kerajinan seperti alat musik sasando, dan pengolahan air yang disadap dari pohon lontar menjadi gula. Astuti & Noor (2016) menyatakan bahwa atraksi pada destinasi merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peranan penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Popichit et al. (2013) menyatakan, alasan wisatawan memilih destinasi untuk dikunjungi karena atraksi yang tersedia di destinasi mampu memengaruhi kepuasan wisatawan.

Aksesibilitas Pantai Lasiana

Aksesibilitas adalah suatu indikasi yang menyatakan mudah tidaknya suatu objek untuk dijangkau. Aksesibilitas merupakan faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam mendorong potensi pasar seperti transportasi dan jarak (Nisa et al., 2014; Ahmad & Mukaddas 2017). Secara deskriptif hasil wawancara tentang aksesibilitas menuju lokasi destinasi Pantai Lasiana dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Unsur Aksesibilitas (Sumber: Olahan data)

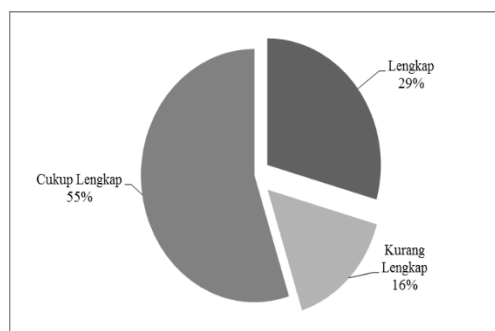
Sebagian besar pengunjung/wisatawan menyatakan bahwa Pantai Lasiana memiliki aksesibilitas yang sangat tidak bagus (37%), kurang bagus (33%), cukup bagus (20,4%), dan bagus (8%) sampai dengan sangat bagus (2%). Hal ini menjelaskan bahwa pengunjung atau wisatawan dari sisi aksesibilitas merasa tidak nyaman. Akses ke dalam lokasi wisata Pantai Lasiana melewati pemukiman penduduk yang padat, jalanan yang rusak dan sempit, serta pengaturan lalu lintas keluar masuk lokasi yang belum tertata dengan baik. Akses pemberhentian transportasi umum menuju lokasi wisata yang cukup jauh memengaruhi ketidaknyamanan pengunjung atau wisatawan yang menggunakan transportasi umum. Hal ini berpotensi akan mengurangi jumlah pengunjung/wisatawan ke Pantai Lasiana.

Kapioru (2019) melaporkan bahwa kunjungan wisatawan ke lokasi-lokasi pariwisata yang ada di Kota Kupang, termasuk Pantai Lasiana, berfluktuasi dikarenakan sarana dan prasarana pariwisata belum memadai. Sanam & Adikampana (2014) melaporkan, akses jalan menuju lokasi wisata Pantai Lasiana, dari sisi kondisi jalan, masih sangat sempit dan berlubang di sepanjang jalan menuju lokasi wisata Pantai Lasiana. Sulaiman et al. (2013) melaporkan, rata-rata prasarana dan sarana objek wisata alam yang terdapat di Kota Kupang terkendala oleh akses rute yang dilalui menuju objek wisata dan belum tersedianya transportasi lokal yang nyaman dan variatif yang menghubungkan

akses masuk ke semua objek wisata. Hendarto (dalam Nisa et al., 2014) melaporkan bahwa probabilitas pengunjung untuk datang dipengaruhi oleh aksesibilitas lokasi. Kenaikan 1 (satu) tingkat aksesibilitas akan meningkatkan kemungkinan pengunjung untuk datang kembali pada masa yang akan datang sebesar 13 (tiga belas) kali.

Fasilitas Pantai Lasiana

Puas dan tidaknya wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata tergantung pada daya tarik wisata dan fasilitas layanan yang ada di destinasi tersebut. Fanggidae dan Bere (2020) menyatakan bahwa fasilitas atau sarana penunjang sangat penting untuk kebutuhan wisatawan sewaktu-waktu diperlukan sehingga tersedianya sarana penunjang akan memperlancar perjalanan. Susetyarini dan Masjhoer (2018) menyatakan, peningkatan kualitas fasilitas wisata diharapkan sejalan dengan meningkatnya kepuasan wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata karena kepuasan wisatawan merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daya tarik wisata. Ketersediaan fasilitas di lokasi wisata Pantai Lasiana tersaji pada Gambar 4.



Gambar 4. Unsur Fasilitas (Sumber: Olahan data)

Sebagian besar pengunjung/wisatawan di Pantai Lasiana menyatakan ketersediaan fasilitas di lokasi wisata Pantai Lasiana cukup lengkap (55%) dan lengkap (29%), dan kurang lengkap (16%). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil

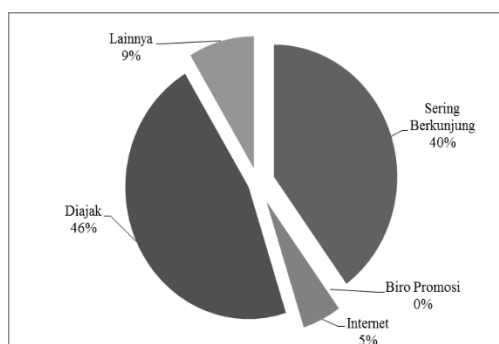
penelitian Fanggidae dan Bere (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas wisata di Pantai Lasiana memiliki kinerja yang rendah, terdiri atas kondisi fisik lopo, kondisi fisik tempat sampah, ketersediaan jumlah tempat sampah, dan pemisahan jenis tempat sampah organik dan nonorganik. Nenobais dan Lada (2017) melaporkan bahwa fasilitas di Pantai Lasiana kurang memuaskan dari sisi penataan tempat parkir. Hasil penelitian ini tidak berbeda dari hasil penelitian Sulaiman et al. (2013) bahwa fasilitas lokasi wisata yang cukup layak dan lengkap adalah fasilitas wisata di Pantai Lasiana karena tersedia fasilitas berupa agen perjalanan, pusat informasi, salon, fasilitas kesehatan, pemadam kebakaran, *hydrant*, *tourism information centre* (TIC), pemandu wisata/*guiding*, plang informasi, serta petugas yang memeriksa masuk dan keluarnya wisatawan.

Hasil penelitian ini terkait erat dengan persepsi pengunjung/wisatawan terhadap kebutuhan fasilitas di lokasi wisata. Persepsi terbentuk dari karakteristik (Habaora, 2015) dan preferensi (Riwukore & Habaora, 2019^{ab}; Riwukore et al., 2019) akan kebutuhan wisatawan yang berbeda-beda sehingga wisatawan/pengunjung bisa saja merasa puas pada 1 atribut tetapi belum tentu puas terhadap atribut yang lain. Fanggidae & Bere (2020) menyatakan bahwa fasilitas bukanlah faktor utama yang dapat menstimulus kedatangan wisatawan ke suatu tempat wisata. Sebagai contoh, saat pengunjung/wisatawan lapar, di sekitar lokasi tersedia kantin untuk makan; saat ingin berenang, tersedia penyewaan alat renang; dan ketika memerlukan toilet dan atau kamar ganti, tersedia juga di dalam lokasi. Meskipun dengan kondisi fisik fasilitas yang terbatas, hal tersebut cukup memuaskan pengunjung/wisatawan. Suryadana dan Oktavia (2015) menyatakan bahwa apabila hasil produk lebih rendah dari harapan, wisatawan merasa tidak puas; apabila hasil produk sesuai harapan, wisatawan merasakan puas, dan apabila

hasil produk melebihi harapan, wisatawan akan merasa sangat puas.

Kelembagaan

Kelembagaan (*ancillary*) yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk melayani wisatawan, seperti *destination marketing management organization, conventional and visitor bureau*. Informasi dan data peran kelembagaan dalam mempromosikan lokasi wisata Pantai Lasiana dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Unsur Kelembagaan (Data diolah)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempromosikan Pantai Lasiana, peran kelembagaan biro promosi seperti Dinas Pariwisata maupun UPTD yang menangani lokasi wisata sangat rendah. Rata-rata pengunjung/wisatawan datang ke lokasi wisata Pantai Lasiana karena diajak (46%), sering berkunjung (40%), tahu dari internet terkait pengalaman-pengalaman traveler (5%), dan lainnya (9%) seperti wisatawan nusantara atau karena warga Kota Kupang. Peran yang rendah pada kelembagaan

dalam promosi lokasi wisata Pantai Lasiana oleh badan atau biro pemasaran dalam penelitian ini tidak berbeda dari hasil penelitian Sulaiman et al. (2013), Sanam dan Adikampana (2014), Nenobais dan Lada (2017), Fanggidae dan Bere (2020). Semuanya menyatakan bahwa perlu ada usaha kerja yang nyata dan berkelanjutan terkait promosi atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas lokasi wisata Pantai Lasiana sebagai destinasi unik di Kota Kupang.

Ekosistem Wisata

Konsep ekosistem pariwisata muncul dalam dokumen *The Global Sustainable Tourism Council (GTSC) Criteria* (2017) untuk memperoleh pemahaman umum tentang pariwisata berkelanjutan dan merupakan standar minimum yang harus dicapai oleh setiap usaha pariwisata. Kriteria ini disusun dalam 4 (empat) tema utama, yaitu (1) perencanaan keberlanjutan yang efektif, (2) memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat setempat, (3) meningkatkan warisan budaya, dan (4) mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Ekosistem pariwisata adalah suatu lingkungan organik dan nonorganik yang bersinergi satu sama lain membentuk tatanan mekanisme sistematis sehingga menghasilkan atau mendorong tersedianya produk dan layanan bagi kegiatan wisata (Rahtomo 2018). Kondisi eksisting ekosistem wisata Pantai Lasiana tersaji pada Tabel 1.

Tabel 2. Deskripsi 12 Komponen Ekosistem Pantai Lasiana (Data Lapang, 2019)

No.	Desain Subsystem	Deskripsi
1.	Tren pariwisata global	Lokasi wisata Pantai Lasiana bertumbuh dan berkembang secara tradisional dan belum mengikuti tren pariwisata global. Faktor utama penyebabnya adalah minimnya perhatian pemerintah terkait kebijakan dan anggaran serta partisipasi kelembagaan wisata yang rendah.
2.	Target wisatawan	Wisatawan yang sering berkunjung umumnya merupakan wisatawan nusantara (mayoritas wisatawan lokal) dan selama beberapa tahun terjadi penurunan kunjungan wisatawan secara signifikan. Wisatawan

		yang singgah umumnya adalah wisatawan lokal yang bertujuan untuk berenang, makan, dan olahraga (<i>jogging</i>).
3.	Nilai produk	Nilai produk yang ditawarkan umumnya masih tradisional, belum ada sentuhan kreativitas dan teknologi. Air kelapa muda, pisang gepe, dan kuliner lainnya masih tradisional. Barang dan modal pada warung dan lapak-lapak yang tersedia umumnya terbatas.
4.	Produk wisata	Produk wisata yang ditawarkan adalah wisata bahari untuk berenang dan menikmati pasir putih selain melihat <i>sunset</i> .
5.	Destinasi wisata	Lokasi Pantai Lasiana sebagai destinasi wisata minim perhatian sehingga fasilitas, aksesibilitas, dan kelembagaan masih terbatas meskipun ditemukan atraksi wisata yang cukup mendukung potensi yang ada.
6.	Pemasaran pariwisata	Pemasaran belum dilakukan secara maksimal dan belum terorganisasi secara baik.
7.	Kebijakan pengembangan wisata	Telah ada kebijakan khusus dalam pengembangan Pantai Lasiana sebagai destinasi melalui Kebijakan Gubernur dan Walikota terkait Involusi Pengembangan Pantai Lasiana sebagai Destinasi Bahari.
8.	Industri pendukung	Industri pendukung pariwisata banyak terdapat di Kota Kupang tetapi belum diarahkan untuk pengembangan destinasi pariwisata, seperti industri kuliner, kerajinan, budaya, dan lainnya.
9.	Fasilitas pendukung	Infrastruktur yang ada sangat mendukung pengembangan destinasi karena Pantai Lasiana terletak di pusat ibukota Provinsi NTT dan wilayah administratif Kota Kupang yang menyebabkan pembangunan fasilitas pendukung, seperti jalan raya, air bersih, maupun akses transportasi, dapat terlaksana dengan baik.
10.	Sumberdaya pariwisata	Sumber daya pendukung pariwisata perlu ditingkatkan kualitasnya.
11.	Investasi	Belum ada investasi yang cukup besar dalam pengembangan lokasi wisata Pantai Lasiana.
12.	Penerimaan masyarakat	Telah ada penerimaan masyarakat yang tampak dari banyaknya warung-warung maupun keterlibatan masyarakat dalam membangun ekonomi kreatif dalam lokasi wisata.

Sumber: Data diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa pengembangan Pantai Lasiana sebagai destinasi memerlukan kerja yang signifikan dan keseriusan pemerintah. Potensi yang dimiliki merupakan aset yang dapat dikembangkan. Berdasarkan 12 subsistem ekosistem tampaknya Pantai Lasiana hanya siap dalam hal produk wisata yang dimiliki, yaitu daya tarik wisata bahari.

Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang

berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata (Swarbrooke 1996). Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut. Cooper et al. (1995) mengemukakan bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu: (1) *attractions*, seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan, dan seni pertunjukan; (2) *accessibilities*, seperti transportasi lokal dan terminal; (3) *amenities*, seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; dan (4) *acillary*, yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk melayani wisatawan seperti *destination marketing*

management organization, conventional and visitor bureau.

Pengembangan Pantai Lasiana menjadi destinasi wisata di Kota Kupang diperlukan upaya-upaya seperti berikut ini.

1. Diversifikasi atraksi tambahan wisata Pantai Lasiana, seperti *diving*, *snorkelling*, wisata layar, wisata memancing, olahraga air (*banana boat*, *flying fish*, *jetsky*, parasailing), olahraga pantai seperti bola kaki, *jogging track*, bersepeda, voli pantai), dan olahraga tradisional setempat seperti galasin, sikidoka, kayu doi, dan lain sebagainya; pagelaran atau pameran budaya local, seperti tenunan dan motif-motif daerah.
2. Peningkatan kondisi fisik fasilitas dan involusi fasilitas lokasi, seperti lopo-lopo yang telah rusak direnovasi dan dipugar, pengadaan kolam renang untuk mencebur badan setelah berenang di laut, penyediaan air bersih untuk toilet atau MCK yang-terjaga kebersihannya, kreativitas gapura dan papan nama pantai menjadi menarik, termasuk pos jaga dan kantor administrasi destinasi Pantai Lasiana, pengadaan *home stay*, kafe, area permainan anak, jalur disabilitas, penerangan yang permanen, keamanan dari sisi tempat penitipan barang maupun parkir, memunculkan ekonomi kreatif seperti penyewaan perahu layar, pelampung, ban selam, cendera mata atau *souvenir*, dan lain sebagainya.
3. Efektivitas pemasaran dan promosi destinasi wisata Pantai Lasiana secara *multi layered system* baik internet, penyuluhan, selebaran, audiovisual, dan lain sebagainya. Dapat juga dilakukan kerjasama dengan biro pariwisata atau jasa akomodasi wisata berbasis pusat informasi pariwisata.
4. Meningkatkan partisipasi warga dalam area sekitar lokasi wisata untuk meningkatkan kreativitas produk lokal dan kenyamanan warga pengunjung/wisatawan.

5. Perbaikan aksesibilitas ke destinasi Pantai Lasiana.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata Pantai Lasiana tertinggi untuk berenang dan terendah untuk sekolah alam. Sebagian besar wisatawan mengeluhkan aksesibilitas menuju destinasi wisata. Meskipun demikian, sebagian besar wisatawan merasa fasilitas yang ada di lokasi wisata cukup lengkap. Peran kelembagaan pariwisata dianggap kurang karena orang berkunjung ke lokasi destinasi lantaran sering ke lokasi atau diajak orang lain. Ekosistem pariwisata masih terlihat lemah dari aspek investasi, kebijakan, dan sumber daya pariwisata. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah diversifikasi atraksi, peningkatan kondisi fisik fasilitas dan involusi fasilitas wisata, efektivitas pemasaran dan promosi destinasi wisata, meningkatkan peran publik, dan perbaikan aksesibilitas destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad; & Mukaddas, J. (2017). Analisis potensi pengembangan ekowisata di Kawasan Taman Nasional Rawa Aopa Watumohai Kabupaten Konawe Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara. *Buletin Sosek*, 35(19), 25--35.
- Astuti, M. T.; & Noor, A. A. (2016). Daya tarik Morotai sebagai destinasi wisata sejarah dan bahari. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 25--46.
- Cooper, J. F.; Gilbert, D.; & Wanhill, S. (1995). *Tourism, principles and practice*. London: Logman LTD.
- Darwis, R. S. (2016). Membangun desain dan model action research dalam studi dan aksi pemberdayaan masyarakat. *Komunika*, 10(1), 142--153.

- Fanggidae, R. P.; & Bere, M. L. (2020). Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur dan Fasilitas*, 4(1), 53--65.
- Habaora, F. (2015). *Populasi opini penyalahgunaan kekuasaan*. Yogyakarta: Deepublish Press.
- Kapioru, C. (2019). Identifikasi objek wisata potensial dan strategi pengelolaan dalam mendukung pendapatan asli daerah Pemerintah Kota Kupang . *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(1), 27--43.
- Leewellyn, V. S.; & Abdillah, F. (2020). Inventarisasi konsep ekosistem pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan: Kasus Waduk Walahar, Kabupaten Karawang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(2), 57--67.
- Maulana, A.; & Koesfardani, C. F. (2020). Seasonal pattern of foreign tourist arrivals to Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 73--90.
- Nenobais, O. O.; & Lada, Y. A. (ei pvm). Efektivitas penggunaan lahan parkir kendaraan di obyek wisata Pantai Lasiana Kupang yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat dan Pemerintah Daerah Kota Madya Kupang. *Juteks: Jurnal Teknik Sipil*, 2(1), 1--15.
- Nisa, K.; Fauzi, H.; & Abrani. (2014). Persepsi wisatawan dan masyarakat terhadap wisata alam di areal hutan pendidikan Unlam Madiangin, Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*, 2(2), 119--126.
- Pitana, I. G.; & Diarta, I. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Popichit, N.; Anuwichanont, J.; Chuanchom, J.; Serirat, S.; & Mechinda, P. (2013). A survey of destination potential, tourism activities and future travelling intention towards tourism along the rivers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *International Journal of Business and Social Science*, 4(7), 116--122.
- Rahtomo, R W Ekosistem destinasi pariwisata halal wadah pengembangan destinasi pariwisata ramah Muslim. (2018). *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan* , 2 (2), 64--70.
- Riwukore, J. R.; & Habaora, F. (2019). Perception of farmers on the performance of extensionist in the pasture agroecosystem of Timor Tengah Utara District. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 29(2), 1--10.
- Riwukore, J. R.; & Habaora, F. (2019). The local community perception towards pig farming in Kupang City East Nusa Tenggara Indonesia. *Asian Journal of Science and Technology*, 10(5), 9660--9664.
- Riwukore, J. R.; Habaora, F.; Susanto, Y.; & Manafe, H. (2019). Persepsi publik terhadap penyandang disabilitas di Kota Kupang provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 18(3), 209--218.
- Sanam, S. R.; & Adikampana, I. M. (2014). Pengembangan potensi pariwisata Pantai Lasiana sebagai pariwisata berkelanjutan di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 2(1 , 11--23.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business* . New York: John Wiley and Sons .

- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius Press.
- Sulaiman, A.; Irwan; & Pabiban, D. (2013). Kajian obyek wisata Kota Kupang berdasarkan data penginderaan jauh dan Sistem Informasi Geografis . *Jurnal Eltek*, 11 (2), 128--140.
- Sumayang. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat Press.
- Suryadana, L. M.; & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta Press .
- Susetyarini, O.; & Masjhoer, J. M. (2018). Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas umum, prasarana umum, dan fasilitas pariwisata di Malioboro pasca revitalisasi kawasan. *Jurnal Ilmiah Kepariwisata*, 12(1), 41-54.
- Swarbrooke. (1996). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.

TELAAH TEORITIS-EMPIRIS
POTENSI PANTAI HUNIMUA-LIANG PROVINSI MALUKU
Theoretic-Empiric Study of The Potential of Hunimua-Liang Beach,
Maluku Province

Ubaiyana

Magister Hukum Kenegaraan, Fakultas Hukum
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
Jalan Sosio Justisia No. 1, Bulaksumur, Sleman, D.I.Yogyakarta
Ubaiyana25@mail.ugm.ac.id/Ubaiyana25@gmail.com

Diterima: 22 Juli 2021. Disetujui: 02 September 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan potensi, solusi, dan strategi dalam merekonstruksi pengembangan Pantai Hunimua. Metode penelitian menggunakan tiga metode pengumpulan data, yakni wawancara, observasi, dan studi pustaka, yang dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif-analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pantai Hunimua memiliki potensi yang besar untuk menjadi destinasi wisata prioritas daerah bahkan prioritas Indonesia. Kekuatan yang dimiliki Pantai Hunimua adalah aksesibilitas yang mudah, adanya dukungan daya tarik objek wisata lain, terletak di desa/negeri adat, dan lokasi wisata yang luas. Akan tetapi, dalam memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, terdapat berbagai hambatan yang perlu segera diatasi yaitu klaim Tanah Hunimua, persoalan internal antara desa/*negeri* dan daerah, serta lemahnya dukungan pemerintah pusat.

Kata Kunci: potensi; destinasi wisata; Pantai Hunimua

Abstract

This study aims to find the potential, solutions, and strategies in reconstructing the development of Hunimua Beach. The research method used three methods of data collection, namely interviews, observation, and literature study, which analyzed in a descriptive-qualitative-analytical way. Results of the study show that Hunimua beach has great potential to become a regional priority tourist destination and even Indonesia's priority. The strengths of Hunimua Beach are easy accessibility, support for other tourist attractions, being located in traditional villages, and extensive tourist sites. However, in maximizing the potential of Hunimua Beach, various obstacles need to be addressed immediately, namely the Hunimua Land claim, internal problems between the village and the region, and the weak support from the central government.

Keywords: potential; tourist destinations; Hunimua beach

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

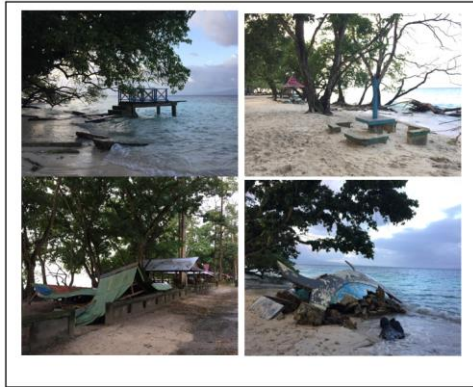
Indonesia Bagian Timur khususnya Provinsi Maluku, memiliki potensi pariwisata yang sangat kaya, baik berupa panorama alam, laut, maupun darat. Di beberapa wilayah Maluku, terdapat pariwisata yang sudah terkenal sampai mancanegara, seperti Taman Laut Manuala, Pantai Pasir Panjang, Pintu Kota-Ambon, dan juga Pantai Hunimua atau yang akrab dikenal dengan nama Pantai Liang. Pantai Hunimua yang terletak di desa Liang, Kecamatan Salahutu, adalah salah satu pantai yang wajib didatangi saat berkunjung ke Maluku. Bagaimana tidak, pada tahun 1990, Pantai Hunimua dinobatkan oleh United Nations Development Programme (UNDP-PBB) sebagai pantai terindah yang dimiliki Indonesia (Pemerintah Kota Ambon, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadli, Eko Mulyanto, dan Supeno Mardi, menunjukkan tren kunjungan wisatawan tahun 2012—2015 dengan menggunakan struktur data FP-Tree [5]-[7] dan pendekatan *divide and conquer*. Total wisatawan (domestik dan mancanegara) yang berkunjung ke objek wisata pantai di Pulau Ambon sebanyak 505 orang dengan jumlah objek kunjungan sebanyak 6 (enam) lokasi, yaitu Pantai Liang, Pantai Namalatu, Pantai Pintu Kota, Pantai Hukurila, Pantai Natsepa, dan Pantai Collins. Dibanding dengan pantai lainnya, wisatawan paling banyak mengunjungi Pantai Liang dengan jumlah 405 wisatawan, diikuti Pantai Namalatu sebanyak 383 wisatawan, Pantai Pintu Kota sebanyak 337 wisatawan, Pantai Hukurila sebanyak 321 wisatawan, Pantai Natsepa sebanyak 305 wisatawan, dan Pantai Collins sebanyak 53 wisatawan. membenarkan hal itu, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Maluku merilis data yang bahkan menunjukkan terjadinya kenaikan kunjungan wisatawan ke objek wisata Pulau Ambon dari tahun ke tahun. Sayangnya, kenaikan jumlah kunjungan ke Pulau Ambon tidak diimbangi dengan perbaikan infrastruktur dan peningkatan pelayanan pada objek

wisata (Muhammad Fadli Fakhri, dkk., 2017).

Data tersebut berbanding lurus dengan pesona Pantai Hunimua yang perlahan sirna. Sebelum terjadinya gempa bumi pada 26 September 2019 lalu, penataan objek wisata Pantai Hunimua masih terbilang belum baik, mulai dari fasilitas yang diperoleh wisatawan yang berkunjung (kamar mandi, ruang ganti, gazebo, ketersediaan air tawar bersih, dan lain-lain), tidak ada daya tarik wisata tertentu (yang menarik hati wisatawan), tidak ada spot-spot khusus yang *unforgettable* (hanya jembatan biasa yang menjorok ke pantai), tidak memiliki tempat berbelanja barang-barang khas atau *oleh-oleh*, tidak ada restoran atau kafe yang setidaknya menyediakan makanan dan minuman khas, dan yang paling penting tidak ada penginapan. Tidak hanya itu, terletak di negeri (desa) adat tidak membuat Pantai Hunimua memiliki nilai lebih dibanding dengan desa-desa lain di Indonesia. Dapat dikatakan, sarana dan prasarana Pantai Hunimua masih cukup jauh dari kata bagus apabila dibandingkan dengan objek wisata pantai-pantai lain. Setelah terjadinya gempa bumi, kondisi Pantai Hunimua semakin terpuruk, pagar dan kedai/warung roboh, jalan terbelah, gazebo retak bahkan hancur, hingga jembatan yang menjadi spot utama pun rusak tidak terjamah.

Jika ditelusuri secara mendalam, Pantai Hunimua memiliki potensi yang besar untuk menjadi destinasi wisata prioritas daerah bahkan prioritas negara. Hal ini dikarenakan Pantai Hunimua memiliki sejumlah kekuatan yang cukup potensial. Kekuatan tersebut diantaranya adalah memiliki aksesibilitas yang mudah, adanya daya tarik objek wisata lain yang mendukung, terletak di *negeri* adat sehingga memiliki ciri khas yang kuat, dan memiliki lokasi wisata yang luas.



Gambar 1. Potret Sarana Pantai Hunimua Tahun 2020

Sayangnya, untuk memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, terdapat sejumlah hambatan internal dan eksternal. Hambatan tersebut membuat Pantai Hunimua sulit untuk dikembangkan, diantaranya adalah: persoalan “klaim tanah Hunimua”, persoalan internal antara *negeri* dengan daerah, serta lemahnya dukungan pemerintah pusat. Ketiga persoalan tersebut menjadi hambatan yang cukup besar bagi pembangunan Pantai Hunimua.

Persoalan “klaim tanah Hunimua” menjadi persoalan yang berlarut-larut dan menghambat pembangunan Pantai Hunimua dan masih terus diupayakan oleh pemerintah daerah. Sementara itu, isu internal antara *negeri* dengan daerah menjadi persoalan yang bahkan tidak pernah dipersoalkan. Untuk memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, pemerintah daerah perlu melibatkan *negeri* dalam setiap keputusan dan kebijakannya. Selain itu, pemerintah pusat juga perlu menggelontorkan kebijakan yang mendukung upaya pemerintah daerah Maluku untuk mengembangkan objek wisata Pantai Hunimua.

Berdasarkan fakta dan persoalan tersebut, peneliti melakukan pengkajian mendalam terkait apa saja potensi Pantai Hunimua, apa hambatan dalam memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut, serta bagaimana strategi dan

upaya yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan potensi Pantai Hunimua.

Dalam penelitian ini, peneliti menawarkan solusi untuk mengatasi hambatan dalam memaksimalkan potensi Pantai Hunimua. Di samping itu, peneliti juga menawarkan konsep pembangunan Pantai Hunimua sesuai dengan kebutuhannya. Tidak hanya sarana dan prasarana yang difokuskan untuk pengembangan objek wisata Pantai Hunimua, tetapi pemerintah daerah juga perlu memfokuskan pengembangan pada manajemen pengelolaan obyek wisata, upaya pelibatan masyarakat *negeri*, pemberlakuan regulasi, serta strategi promosi dan kerja sama. Dengan penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu pemerintah untuk menjadikan Pantai Hunimua sebagai destinasi wisata prioritas daerah serta prioritas negara Indonesia.

METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa/*Negeri* Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksploratif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan demikian, penelitian ini mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan data dan fakta di lapangan/lokasi penelitian, dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Data penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli yaitu pihak-pihak terkait yang relevan dengan topik penelitian ini.

Selain itu, data primer juga diperoleh dari hasil observasi peneliti dalam mengidentifikasi potensi Pantai Hunimua Liang. Data sekunder berasal dari berbagai artikel jurnal, hasil/laporan penelitian, serta karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

Tabel 1. *Key Informants*

<i>Key Informants</i>	<i>Kewenangan</i>
Muhammad Bisri	Ketua AMPI (Pelopor berdirinya Objek Wisata Pantai Hunimua)
Hasrul Habibi Matdoan	Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku
Abdul Razak Opier	Raja Negeri Liang

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian, dilakukan dengan menggunakan tiga teknik, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Teknik observasi dilakukan dengan memilih, mengubah, mencatat, dan melakukan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkaitan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan penelitian (Koentjaraningrat, 1993). *In situ* yang dimaksud adalah dalam situasi alamiah (Jalaludin Rakhmat, 1997).

Sementara itu, teknik wawancara mendalam dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan pembangunan objek wisata Pantai Hunimua (Masri Singarimbun dan Sofian Effend, 1995). Hasil wawancara selanjutnya berfungsi menjadi data tambahan sekaligus sebagai pendukung data observasi. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah data-data pustaka, seperti buku, literatur ilmiah, dan laporan yang berhubungan dengan topik penelitian (Soerjono Soekanto, 1986).

Data yang dikumpulkan melalui wawancara merupakan *primary data*. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak-pihak terkait. Data wawancara diambil sejak tahun 2020. Hal ini dikarenakan penelitian ini telah diikuti dalam kompetisi “Membangun Negeri” yang diselenggarakan oleh Dekranasda Provinsi Maluku dan

Pemerintah Provinsi Maluku. Penelitian ini juga telah diizinkan untuk dipublikasikan melalui media.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mengkonstruksi teori. Penelitian ini tidak berdasarkan suatu teori tertentu, tetapi berdiri atas data yang dikumpulkan. Hal ini sejalan dengan maksud *grounded theory*. Penelitian *grounded theory* memberikan ruang kepada peneliti untuk menurunkan teori berdasarkan data yang telah ditemukan. Penelitian jenis ini juga dipahami sebagai penelitian yang berlandaskan pada suatu teori yang diturunkan dari data yang dikumpulkan secara sistematis dan dianalisis melalui proses penelitian. Dengan langsung terjun pada fenomena sosial, peneliti mengembangkan persoalan secara mendalam (V.J. Wisnu Wardhono, 2011).

Teknik Analisis Data

Seluruh hasil penelitian, baik dari wawancara, observasi, maupun studi pustaka, dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu data yang diperoleh akan diperiksa dan dikelompokkan ke dalam bagian-bagian tertentu untuk diolah menjadi data informasi. Hasil dari wawancara dan observasi dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu dengan menganalisis hubungan dan keterkaitan data dan merumuskan kesimpulan (Zainudin Ali, 2011).

Dikarenakan penelitian ini cenderung menggunakan *grounded theory*, dalam hal menganalisis data, peneliti melakukannya secara bersamaan dengan proses pengumpulan data. Peneliti menggunakan proses “zig-zag” dalam mengumpulkan data dan menganalisisnya, kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data lebih banyak dan kemudian menganalisisnya lagi, dan seterusnya (V.J. Wisnu Wardhono, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Hunimua, Liang: “Berlian” Lain yang Potensial di Maluku

Pantai Hunimua adalah satu dari beberapa pantai indah yang dimiliki Provinsi Maluku. Pantai ini terletak di Desa Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. Campuran warna air laut biru muda kehijau-hijauan dan biru tua pekat, bentangan pasir putih halus, pohon ketapang yang rimbun menjorok hingga bibir pantai, dan rerumputan hijau yang luas, membuat Pantai Hunimua menjadi objek wisata yang banyak diminati masyarakat. Dengan keindahan alami tersebut, Pantai Hunimua layak disebut sebagai salah satu destinasi wisata yang sangat potensial dalam pembangunan perekonomian daerah. Tidak hanya karena keindahan Pantai Hunimua yang alami, tetapi juga karena adanya kekuatan lain yang dimiliki Pantai Hunimua. Berikut ulasannya.

Aksesibilitas yang Mudah

Berbicara mengenai pantai indah Maluku, sudah tentu Pantai Ora termasuk di dalamnya. Pantai Ora memiliki fasilitas menawan layaknya duplikat *Maldives Island*. Pantai Ora menyediakan keindahan taman bawah laut, pantai yang bersih, pasir putih, biru-hijanya air laut, air laut yang jernih menembus penglihatan ke arah terumbu karang dan dengan mudah menjumpai biota laut hanya dengan menyelam 2—3 meter. Untuk memanjakan wisatawan, Pantai Ora menyediakan *Ora Beach Resort* dan *Roneela Cottage* atas laut (rumah panggung), perlengkapan *snorkeling*, tempat makanan kuliner tradisional, dan juga tempat perbelanjaan oleh-oleh. Berdasarkan aspek sarana dan prasarana, Pantai Ora berada tujuh sampai sepuluh tingkat di atas Pantai Hunimua.

Akan tetapi, untuk mengunjungi Pantai Ora di sebelah Desa Saleman dan Desa Sawai, Pulau Seram, Kabupaten Maluku Tengah, diperlukan waktu yang banyak dan biaya yang tidak murah (Rudy,

2019). Untuk menikmati keindahan Pantai Ora selama satu hari, wisatawan harus menghabiskan lebih dari 11 jam perjalanan (perkiraan paling cepat), baik menggunakan transportasi udara, laut, maupun darat, dengan rincian: dari Bandara Pattimura Ambon menuju Pelabuhan Hurnala Tulehu menggunakan transportasi darat memakan waktu 1 sampai 1,5 jam, dari Pelabuhan Hurnala menuju Pelabuhan Amahai menggunakan transportasi laut (kapal *ferry*) memakan waktu 6 sampai 7 jam, dari Pelabuhan Amahai menuju Desa Saleman menggunakan transportasi darat memakan waktu 2 sampai 3 jam, dan terakhir menuju Pantai Ora menggunakan perahu kecil bermesin sekitar 15 menit. Total waktu yang diperlukan untuk menempuh perjalanan menuju Pantai Ora adalah sekitar 11 jam 15 menit, ini pun belum terhitung menginap dan menunggu jadwal keberangkatan transportasi yang digunakan (Rudy, 2019).

Hal ini berbanding terbalik dengan Pantai Hunimua yang secara aksesibilitas tergolong sebagai lokasi wisata yang memiliki akses sangat baik. Pantai Hunimua terletak di *negeri* Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. Perjalanan menuju Pantai Hunimua dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi darat dari Bandara Pattimura dalam waktu kurang lebih 2 jam. Dengan akses yang lebih mudah ditempuh dan biaya yang lebih murah, pada hakikatnya Pantai Hunimua lebih mudah menarik dan mendatangkan wisatawan domestik maupun mancanegara dibandingkan Pantai Ora. Akan tetapi, sarana dan prasarana penunjang atau daya tarik objek wisata Pantai Hunimua memiliki posisi yang sangat jauh dibanding dengan Pantai Ora. Bayangkan, apabila Pantai Hunimua dapat dikelola dengan baik layaknya Pantai Ora, sudah tentu wisatawan lebih memilih untuk mengunjungi Pantai Hunimua. Dengan harga murah dan jarak tempuh yang dekat,

wisatawan dapat menikmati keindahan alam bahari Maluku.

Adanya Dukungan Daya Tarik Objek Wisata Lain

Pantai Hunimua pernah dinilai oleh UNDP pada tahun 1990 sebagai pantai yang indah. Akan tetapi, hal itu tidak membuat objek wisata Pantai Hunimua memiliki daya tarik berbeda dan diperlakukan layaknya objek wisata pantai indah lain di Indonesia. Pantai Hunimua tidak seperti Kepulauan Seribu yang memiliki jembatan Cinta sepanjang 800 meter untuk menghubungkan Pulau Tidung Besar dan Pulau Tidung Kecil, tidak seperti Pantai Tanjung Lesung yang memiliki kegiatan wisata budaya Kampung Cikadu berupa pertunjukan seni tari hingga musik tradisional, atau setidaknya seperti Pantai Tanjung Kelayang yang menyediakan makanan khas Bangka sebagai *oleh-oleh* yang dapat dibawa pulang wisatawan. Sarana dan prasarana Pantai Hunimua tergolong belum baik dibandingkan sarana dan prasarana pantai-pantai tersebut. Tidak heran, jika tiga objek wisata pantai tersebut masuk dalam 10 (sepuluh) destinasi wisata unggulan Indonesia (Traveloka.com, 2020). Akan tetapi, perlu diketahui bahwa pada dasarnya Pantai Hunimua memiliki sejumlah daya tarik wisata pendukung. Daya tarik wisata tersebut adalah sebagai berikut.

a. Nusa Pombo (Pulau Pombo)

Nusa Pombo atau akrab dikenal dengan Pulau Pombo merupakan pulau cantik tak berpenghuni yang letaknya berdekatan dengan Pantai Hunimua. Ketika menikmati suasana laut Hunimua, kita dapat memandang langsung Pulau Pombo. Untuk mengunjungi Pulau Pombo, diperlukan waktu sekitar 15—20 menit dari Pantai Hunimua menggunakan *speed-boat*. Pulau Pombo menjadi habitat burung Pombo yang merupakan hewan endemik Maluku. Secara geografis, pulau ini berada di antara pulau Ambon dan pulau Haruku. Akan tetapi secara administratif, pulau ini

berada di Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. Pulau ini memiliki pesona laut yang kaya. Oleh karena itu, wisatawan berdatangan untuk menikmati wisata bawah lautnya. Selain menjadi objek wisata, Pulau Pombo juga menjadi cagar alam mini yang melindungi sejumlah biota laut seperti ikan, kerang, rumput laut, terumbu karang, dan moluska. Ketika air laut surut, batu-batu karang akan tampil indah di permukaan (Pemkot Ambon, 2021).



Gambar 2.

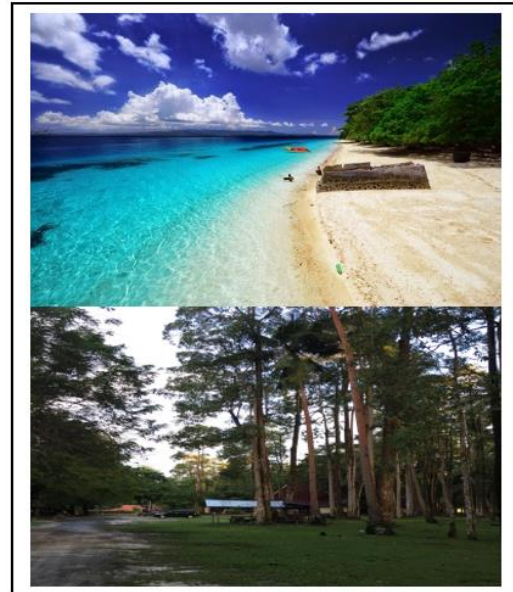
Sumber: *voinews.id* Sumber: *pertamina.com*

b. Terumbu Karang Pantai Hunimua

Pantai Hunimua dianugerahi terumbu karang dan koral yang cantik. Sesekali, satwa-satwa langka seperti lumba-lumba dan penyu bahkan ikan duyung, berenang melintasi perairan Hunimua. Sayangnya, sejak tahun 2010 koral dan terumbu karang Hunimua dengan sengaja dirusak oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab. Penggunaan bom dan linggis sebagai alat perusak, berpengaruh besar terhadap kerusakan parah terumbu karang dan koral pantai indah ini. Pelaku kerusakan ini diduga kuat adalah masyarakat yang hendak mencari kerang dan ikan (Abdul Razak Opier, 2020). Tingkat kesadaran masyarakat *negeri* Liang memang masih minim. Masyarakat tidak menyadari betapa potensialnya kekayaan bahari Pantai Hunimua di masa itu dan masa-masa mendatang. Kini keindahan bawah laut Hunimua hanya menjadi kenangan. Akan tetapi, kerusakan terumbu karang dan koral Hunimua pada dasarnya masih dapat diperbaiki, seperti dengan melakukan budidaya terumbu karang dan koral.

Terletak di Desa/Negeri Adat

Pantai Hunimua terletak di desa/*negeri* Liang yang merupakan salah satu dari enam *negeri* di wilayah kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. *Negeri* Liang adalah suatu desa adat yang dipimpin oleh seorang raja yang berkedudukan seperti kepala desa. Seperti sebutannya, *negeri* Liang memiliki beberapa adat istiadat yang dinilai dapat menjadi daya tarik wisata Pantai Hunimua, salah satunya seperti tradisi makan meja (Makan Patita). Makan meja adalah suatu tradisi pertemuan sanak saudara dari fam atau marga yang sama. Tidak hanya bertemu, setiap orang harus menggunakan kostum unik dan lucu. Tradisi ini menuntut semua orang yang hadir untuk menyiapkan cerita atau pantun lucu. Biasanya cerita dan pantun yang disediakan adalah seputar kehidupan nyata yang telah dialami. Setiap orang akan beradu pantun dan cerita (cerita yang saling berhubungan) dengan nada tertentu, sambil menyantap makanan khas *negeri* yang tersedia di meja. Makanan yang wajib diujakan berupa papeda, ikan kuah kuning, kasbi (singkong) rebus, ikan bakar colo-colo, dan gudangan (urap sayur). Sisanya adalah makanan tambahan seperti kue-kue dan makanan pencuci mulut lain. Tradisi ini diadakan untuk dipertontonkan kepada orang banyak. Orang-orang yang menonton akan tertawa ria mendengar cerita dan pantun lucu para peserta. Tidak hanya menjadi tradisi, kegiatan ini diyakini sebagai tempat berbagi cerita kehidupan masyarakat *negeri* Liang, terutama antarsanak saudara bermarga yang sama. Di samping itu, daya tarik lain Pantai Hunimua dapat juga berbentuk restoran atau sekadar warung makan yang menjajakan makanan khas *negeri* Liang.



Gambar 3

Sumber: Ensiklopediaindonesia.com dan Pribadi

Lokasi Wisata yang Luas

Perbedaan mendasar sekaligus keunikan Pantai Hunimua dari pantai-pantai lain di Maluku adalah lokasinya yang luas. Luas hamparan Pantai Hunimua sejauh 1 km dan lebar 300 m. Dengan lokasi yang luas, Pantai Hunimua berpotensi sangat besar dalam mendatangkan investor untuk pembangunan resort/hotel/villa, restoran/*café*, atau sarana prasarana lain yang relevan.

Di samping itu, berdasarkan kajian pengembangan objek wisata bahari Pantai Hunimua oleh Deny Yarusain Amin, ditemukan beberapa hal berikut (Deny Yarusain Amin, 2019).

Tabel 2. SWOT

Pengembangan Pantai Hunimua	
<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Aksesibilitas dan prasarana umum	Daya tarik wisata belum dikembangkan secara optimal
Ragam budaya dan adat istiadat masyarakat yang terbuka	Kualitas SDM yang masih rendah
Tersedianya SDM	Minimnya pemberdayaan masyarakat untuk pariwisata
Komitmen stakeholder terhadap perkembangan objek wisata Pantai Hunimua	Permasalahan kepemilikan lahan wisata
<i>Opportunity</i>	<i>Threatment</i>
Minat investor terhadap pengembangan Pantai	Tergerusnya usaha ekonomi kecil karena pemodal besar
Meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Maluku	Degradasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat masyarakat karena budaya luar
Program pemerintah yang mendukung pengembangan kepariwisataan nasional	Kondisi keamanan dan ketertiban yang mempengaruhi iklim investasi di daerah
Pengembangan bandara internasional Pattimura sebagai Gerbang Pariwisata di Provinsi Maluku	Menurunnya daya tarik wisata karena dampak pembangunan fasilitas dan aktivitas wisata

Berdasarkan tabel di atas, dapat dipahami bahwa Pantai Hunimua memiliki sejumlah kekuatan sebagai suatu destinasi wisata yang potensial dalam meningkatkan perekonomian daerah dan negara. Dengan aksesibilitas yang mudah dan beberapa potensi daya tarik wisata pendukung, ragam budaya, serta atensi masyarakat yang terbuka, Pantai Hunimua patut dipertimbangkan menjadi salah satu dari 10 destinasi wisata prioritas di tahun 2021—2022. Kelemahan yang dimiliki Pantai Hunimua seperti pengembangan daya tarik wisata yang belum optimal, serta sarana dan prasarana yang belum baik, menurut Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, saat ini sedang dalam tahap pembangunan, perbaikan, dan pengembangan. Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, Markus J. Pattinama, mengonfirmasi bahwa Pantai Hunimua Liang akan segera mengalami revitalisasi total, baik dari segi sarana dan prasarana umum, manajemen pengelolaan dan pengembangan, hingga daya tarik wisata Pantai Hunimua yang dinilai berbeda

dengan destinasi wisata pantai lain di Indonesia. Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, Hasrul Habibi Matdoan, juga menambahkan bahwa pada periode 2020—2021 ini, pembangunan Pantai Hunimua akan dilakukan bertahap, mulai dari pembersihan puing-puing bangunan akibat bencana gempa bumi, pemasangan pagar kawat sebagai pagar sementara menggantikan pagar yang roboh akibat bencana, penanaman anakan buah salak dan berbagai jenis bunga sebagai daya tarik wisata pendukung Pantai Hunimua, pembangunan akses pintu keluar untuk mempermudah mobilisasi kendaraan, serta pembangunan loket pembelian karcis yang didesain dengan sentuhan unik. Singkatnya, pada tahun anggaran 2021 ini akan dilaksanakan sejumlah pembangunan dalam rangka pengembangan objek wisata Pantai Hunimua (Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, 2021).

Hambatan dalam Memaksimalkan Potensi Pantai Hunimua

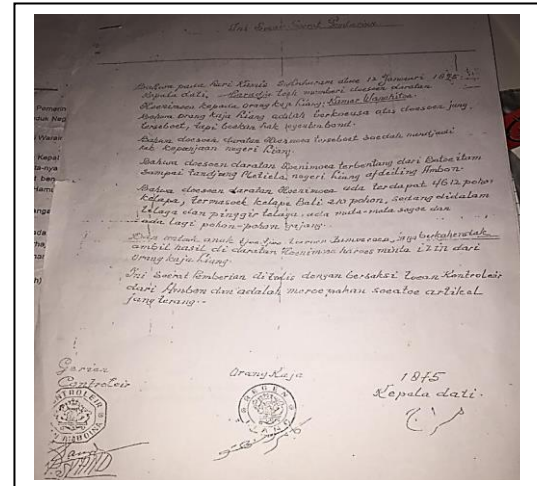
Selain persoalan sarana dan prasarana yang tidak layak, terdapat persoalan-persoalan lain yang relevan dan turut menyulitkan terjadinya pembangunan dalam memaksimalkan potensi Pantai Hunimua. Berikut adalah uraiannya.

1. Klaim Tanah Hunimua

Tanah Hunimua seluas lebih dari 8 hektar, selama ini diklaim sebagai milik Talib Lessy. Hal ini tertuang dalam Putusan Nomor 9 Tahun 1982 dan Putusan Nomor 377 Tahun 1982. Legalitas klaim tanah ini hingga sekarang terus menjadi perbincangan masyarakat asli *negeri* Liang yang menjadi saksi hidup keberadaan tanah Hunimua. Bagaimana tidak, pengalihan kepemilikan tanah Hunimua yang sebelumnya adalah milik *negeri* berubah menjadi milik Talib Lessy, turut berdampak pada pendapatan *negeri* Liang. Sebelum dimiliki oleh Talib Lessy, tanah Hunimua dikelola oleh AMPI yang diketuai oleh Muhammad Bisri. AMPI membangun kerja sama dengan Pemerintah *negeri* Liang dan Pemerintah Provinsi Maluku untuk bersama-sama mengelola tanah Hunimua menjadi objek wisata Pantai Hunimua, dengan persentase pembagian hasil 50% untuk desa dan 50% untuk pemerintah provinsi (Tokoh Masyarakat Negeri dan Ketua AMPI, 2020). Kondisi itu sangat jauh berbeda dengan pengelolaan Pantai Hunimua saat ini, persentase bagi hasil yang diperoleh adalah 70% untuk pengelola (dalam hal ini Provinsi Maluku) dan 30% sisanya untuk ahli waris (Dwi Murdaningsih, 2016). Agar mudah menemukan titik permasalahan, peneliti melakukan kajian mendalam terkait dengan persoalan kepemilikan tanah Hunimua ini.

Dalam sejarahnya, objek wisata Pantai Hunimua didirikan oleh suatu organisasi yang bernama AMPI dan disponsori oleh Baparda (saat ini diubah menjadi Dinas Pariwisata). Pantai Hunimua dahulu adalah milik *negeri* (desa)

yang dibuktikan dengan surat pemberian dusun daratan Hunimua oleh Kepala Dati kepada Raja Negeri Liang (Kepala Desa).



Gambar 4. Surat Pemberian Dusun Daratan Hunimua

Berdasarkan Surat Pemberian tersebut, dapat dipahami bahwa:

- Kepala Dati telah memberi dusun daratan Hunimua kepada Orang Kaya Liang (Raja Negeri/Kepala Desa). Pernyataan tersebut menyimpulkan bahwa sebelumnya dusun daratan Hunimua adalah milik Kepala Dati (pada saat itu) atau dapat disebut status dusun daratan Hunimua adalah hak milik Kepada Dati, yang kemudian diberikan kepada *negeri* Liang. Berdasarkan Pasal 27 Undang-Undang Pokok Agraria, salah satu alasan hak milik terhapus adalah penyerahan dengan sukarela oleh pemiliknya. Kata telah memberi membuktikan bahwa hak milik Kepala Dati atas dusun daratan Hunimua, telah terhapus. Dengan demikian, pada hakikatnya tidak dapat dibenarkan, jika terdapat oknum yang mengklaim dirinya sebagai ahli waris dari dusun daratan Hunimua, datang untuk mengambil haknya atas dusun daratan Hunimua. Pemberian dusun daratan Hunimua tersebut telah menghapuskan status hak milik Kepala Dati beserta ahli warisnya atas dusun daratan Hunimua.

Hal ini juga dibuktikan dengan istilah yang digunakan surat ini, yaitu surat pemberian (yang tercantum dalam paragraf terakhir surat).

Jika ditelusuri mendalam, terdapat beberapa kesalahan mendasar pada orang yang mengklaim dirinya sebagai ahli waris dusun daratan Hunimua, berikut ulasannya.

- 1) Orang yang mengklaim dirinya sebagai ahli waris (Abdul Samad Lessy) bukanlah ahli waris dari Kepala Dati. Abdul Samad Lessy adalah ahli waris dari Talib Lessy yang mengklaim dirinya sebagai pemilik tanah Hunimua, yang saat ini mendapatkan keuntungan dari berjalannya objek wisata Pantai Hunimua. Berdasarkan asal-usulnya, Talib Lessy bukanlah keturunan Dati tetapi pendatang atau bukan bagian dari masyarakat asal. Berdasarkan cerita yang peneliti peroleh dari Ketua AMPI sekaligus pengelola tanah Hunimua, Talib Lessy adalah seorang peternak sapi di dusun daratan Hunimua. Kegiatan beternak sapi oleh Talib Lessy ini, dilakukan rutin dan diketahui oleh semua masyarakat *negeri* Liang khususnya masyarakat pengelola tanah Hunimua pada saat itu.
- 2) Asumsinya, jika Abdul Samad Lessy mengklaim diri sebagai ahli waris Dati yang berhak memiliki dusun daratan Hunimua, dan tidak ada bantahan terhadap klaim tersebut, mengapa selama ini pendapatan tanah Hunimua hanya dinikmati oleh satu keluarga ahli waris Dati saja, yaitu keluarga Abdul Samad Lessy? Berbicara Dati, berarti berbicara masyarakat asal yang paham sejarah lahirnya *negeri*

Liang.

- b. Orang Kaya Liang (Raja Negeri Liang saat itu) berkuasa atas dusun daratan Hunimua. Kata kuasa bermakna melaksanakan sesuatu atas nama orang yang memberikan kuasa. Sebagaimana dijelaskan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1792, pemberian kuasa ialah suatu persetujuan yang berisi pemberian kekuasaan kepada orang lain untuk menerimanya untuk melakukan sesuatu atas nama orang yang memberikan kuasa. Kuasa dapat diberikan dan diterima dengan suatu akta umum, dengan suatu surat di bawah tangan bahkan dengan sepucuk surat atau pun dengan lisan. Penerimaan surat kuasa dapat pula terjadi secara diam-diam (lihat juga Pasal 1793 KUH Perdata).
- c. Dusun daratan Hunimua (dari Batu Itam sampai Tanjung Metiela) sejak berlakunya surat ini adalah hak kepunyaan negeri Liang. Hak kepunyaan atau dalam istilah hukum disebut sebagai hak milik (hak *eigendom*) dalam Pasal 570 KUH Perdata adalah hak untuk menikmati suatu barang secara lebih leluasa dan berbuat terhadap barang itu secara bebas sepenuhnya, asalkan tidak bertentangan dengan undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh kuasa yang berwenang dan tidak mengganggu hak-hak orang lain. Semua itu tidak mengurangi kemungkinan pencabutan hak demi kepentingan umum dan penggantian kerugian yang pantas, berdasarkan ketentuan perundang-undangan.
- d. Surat tersebut ditandatangani oleh Kepala Dati, Orang Kaya Liang, dan Kontnoleir dari Ambon (sebagai saksi). Dalam ketentuan pada Pasal 1875 KUH Perdata, dijelaskan bahwa: "Suatu tulisan di bawah tangan yang diakui kebenarannya oleh orang yang dihadapkan kepadanya atau secara hukum dianggap telah dibenarkan

olehnya, menimbulkan bukti lengkap seperti suatu akta otentik bagi orang-orang yang menandatangani, ahli warisnya, serta orang-orang yang mendapat hak dari mereka”.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1875 KUH Perdata tersebut, dapat disimpulkan bahwa surat pemberian yang ditandatangani pihak terkait, diakui/dibenarkan oleh hukum dan merupakan akta otentik bagi:

- 1) Kepala Dati beserta ahli warisnya selaku pemberi dusun daratan Hunimua, yang kemudian tidak memiliki hak lagi atas dusun daratan Hunimua.
- 2) *Negeri Liang* selaku penerima dusun daratan Hunimua serta berstatus pemilik dusun daratan Hunimua, dapat memanfaatkannya dengan baik dan bijaksana atas izin/kuasa Orang Kaya Liang (Raja *Negeri Liang*).

Terlepas dari ketetapan hukum yang ada (akta tanah dan putusan hakim tentang kepemilikan Pantai Hunimua), kejelasan pemilik tanah Pantai Hunimua sebaiknya dapat diselesaikan secara adat dan bersama pihak-pihak terkait. Penyelesaian tersebut berlandaskan azas kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat *negeri*, bukan kesejahteraan pribadi/golongan/kelompok tertentu. Penyelesaian ini dapat dilaksanakan secara terbuka untuk masyarakat *negeri* dan khalayak umum. Dengan solusi ini, peneliti berharap Pantai Hunimua dapat menjadi aset berharga *negeri* yang tidak hanya menguntungkan daerah, tetapi juga menguntungkan *negeri* dan masyarakatnya.

2. Persoalan Internal Desa/*Negeri* dan Daerah

Setelah persoalan klaim tanah Hunimua diatasi, penting untuk memahami persoalan internal *negeri* dalam hubungannya dengan pembangunan objek wisata Pantai Hunimua. Terdapat ketidaksepahaman antara masyarakat, pemerintah desa/*negeri*, dan pemerintah daerah, antara lain sebagai berikut.

a. Tidak Ada Komitmen Bersama antara Pemerintah Daerah dan Masyarakat *Negeri Negeri Liang* masuk sebagai kawasan strategis provinsi di Provinsi Maluku berdasarkan aspek kepentingan pertumbuhan ekonomi (Peraturan Daerah Provinsi Maluku Nomor 16 Tahun 2013 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Maluku Tahun 2013-2033). Kawasan strategis provinsi adalah wilayah yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam lingkup provinsi terhadap ekonomi, sosial, budaya, dan/atau lingkungan (Pasal 1 angka 24). Ditegaskan pula dalam Rencana Strategis (renstra) 2006—2007 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, bahwa pelaksanaan otonomi daerah, kebudayaan dan pariwisata merupakan salah satu sumber daya yang diharapkan mampu memberi kontribusi dalam usaha meningkatkan kesejahteraan rakyat (Maluku-Tale.com, 2021). Untuk itu, sudah menjadi tugas pemerintah untuk memprioritaskan penataan *negeri Liang* serta menjadi kewajiban masyarakat untuk berkomitmen dalam membantu mempermudah, menjaga, dan memelihara tata ruang *negeri*.

Penetapan *negeri Liang* sebagai Kawasan Strategis Provinsi Maluku, seharusnya dapat menjadi peluang bagi masyarakat *negeri Liang* untuk membangun desanya bersama-sama dengan pemerintah. Program penataan ruang ini tentu mendukung komitmen *negeri* untuk meningkatkan perekonomian *negeri*, tidak terkecuali menata objek wisata Pantai Hunimua. Komitmen masyarakat dan pemerintah dapat dibangun melalui ruang dialog atau Musyawarah Rencana Pembangunan Desa (Musrenbangdes) dengan menghadirkan Gubernur, Bupati, Kepala Pemerintah *Negeri*, Saniri *Negeri*, dan perwakilan masyarakat atau bahkan masyarakat *negeri* secara keseluruhan (dengan dilaksanakan secara terbuka untuk umum). Terjalannya komitmen ini dimaksudkan untuk menekan pemerintah daerah agar membangun objek

wisata Pantai Hunimua secara layak dan mampu bersaing di kancah nasional dan internasional, serta mendorong masyarakat untuk berpartisipasi melancarkan dan memelihara keberlangsungan pembangunan sarana dan prasarana Pantai Hunimua.

b. Perlunya Diseminasi Dana *Negeri*

Pendanaan untuk desa telah ditetapkan dalam Pasal 67 ayat (1), (2), dan (3) Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005, yang berasal dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) maupun Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD). Setiap desa akan mendapat dana dari sumber-sumber pendapatan desa yang telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 37 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Keuangan Desa pada pasal 4 ayat (3), yaitu PAD (Pendapatan Asli Desa), Bagi Hasil Pajak Kabupaten/Kota, Bagian dari Retribusi Kabupaten/Kota, ADD (Alokasi Dana Desa), Bantuan Keuangan dari Pemerintah Propinsi, Pemerintah Kabupaten/Kota, dan Desa lainnya, Hibah, dan Sumbangan Pihak Ketiga. Adanya ADD menunjukkan bahwa pemerintah pusat turut berpartisipasi dalam membangun desa. ADD diberikan rutin kepada setiap desa, agar menjadi sumber pendapatan tambahan yang membantu keuangan desa secara berkelanjutan.

Lebih lanjut dalam ketentuan pendanaan penyelenggaraan urusan pemerintah *negeri*, berasal dari anggaran pendapatan dan belanja *negeri*, bantuan pemerintah, dan bantuan pemerintah daerah. Urusan pemerintah daerah yang diselenggarakan oleh pemerintah *negeri*, didanai dengan anggaran pendapatan dan belanja daerah. Penyelenggaraan urusan pemerintah oleh pemerintah *negeri*, didanai dengan anggaran pendapatan dan belanja *negeri* (Pasal 44 ayat (1), (2), dan (3) Peraturan Daerah Kabupaten Maluku Tengah Nomor 1 Tahun 2006 tentang *Negeri*).

Sementara itu, pendapatan *negeri* diperoleh dari: a) pendapatan asli *negeri*

yang meliputi, pendapatan yang diperoleh dari usaha *negeri*, hasil kekayaan *negeri*, hasil swadaya dan partisipasi masyarakat, dari hasil gotong royong, dari pungutan, dan dari lembaga kemasyarakatan; b) bantuan pemerintah yang meliputi, hasil pajak daerah kabupaten, dana perimbangan keuangan pusat dan daerah, serta bantuan pemerintah provinsi dan kabupaten; c) hibah dan sumbangan dari pihak ketiga yang tidak mengikat; d) pinjaman *negeri*; e) hasil kerja sama antarnegeri; f) lain-lain pendapatan *negeri* sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 45 ayat (1) Peraturan Daerah Kabupaten Maluku Tengah Nomor 1 Tahun 2006 tentang *Negeri*).

Dana-dana *negeri* tersebut di atas, dalam kenyataannya sama sekali tidak diketahui bahkan tidak dipahami oleh masyarakat *negeri*, khususnya *negeri* Liang, padahal dalam menghimpun, merencanakan, mengelola, dan merealisasikan dana *negeri*, membutuhkan partisipasi aktif masyarakat *negeri*. Oleh karena itu, perlu ada diseminasi dana *negeri*. Diseminasi ini penting digalakkan, mengingat fakta yang terjadi di *negeri* Liang saat ini. Adanya fenomena ketidakpercayaan masyarakat kepada Pemerintah *Negeri* Liang. Hal ini ditambah, isu korupsi atau rasuah dana desa yang ramai menjadi perbincangan masyarakat.

Hal ini terjadi karena tidak ada transparansi dana *negeri* dan buruknya komunikasi antara pemerintah *negeri* dan masyarakatnya. Masyarakat berpikiran buruk terhadap pemerintah *negeri*, pemerintah *negeri* pun terhambat dalam berbuat atau bahkan bersikap tidak peduli terhadap tanggung jawabnya dalam memerintah *negeri*. Jika dana desa dikelola dengan baik, dapat dipastikan bahwa antara *negeri* dan daerah akan bahu-membahu dalam membangun objek wisata Pantai Hunimua.

c. Pembagian Keuangan yang Menguntungkan antara Daerah dan *Negeri*

Pembagian keuangan menjadi jalan tengah dan salah satu solusi yang dapat ditawarkan dalam membangun komitmen yang dibentuk antara pemerintah daerah dan *negeri* dalam mengembangkan objek wisata Pantai Hunimua. Tentunya, pembagian keuangan ini berlandaskan azas kesejahteraan rakyat, bukan kesejahteraan orang/kelompok/golongan tertentu. Sebagai gambaran, berikut peneliti berikan contoh bentuk pembagian keuangan daerah dan desa dari aspek pariwisata yang terjadi di beberapa daerah, yang diharapkan dapat menjadi pijakan bagi pembagian keuangan hasil pengelolaan objek wisata Pantai Hunimua.

1) Di Provinsi Bali, pola pembagian bulanan dari hasil objek wisata Desa Pakraman Pecatu Kuta Selatan Bali, adalah 25% disetorkan kepada Pemerintah Kabupaten Badung dan 75% untuk desa sebagai pengelola. Kabupaten Badung adalah salah satu kabupaten di Provinsi Bali yang pendapatan asli daerahnya 90% lebih diperoleh dari sektor pariwisata. Pada awalnya, penduduk Desa Pecatu merupakan petani lahan kering dan peternak, namun saat ini sebagian penduduknya menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata (I Ketut Yudasuara, 2015).

2) Pendapatan yang diterima oleh Desa Wisata Belimbing sepenuhnya berasal dari Pemerintah Kabupaten Tabanan, bantuan PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat), dan pendapatan pribadi yang diperoleh masyarakat yang bekerja di kantor desa sebagai *guide* lokal. Pendapatan tersebut digunakan untuk pengelolaan Desa Wisata Belimbing, seperti biaya pemeliharaan fasilitas, operasional kegiatan, infrastruktur, pelayanan dan pengembangan SDM. Sistem bagi hasil dari pengelolaan desa wisata disalurkan langsung kepada masyarakat lokal yang berprofesi sebagai *guide*, serta hasil dari usaha membuka warung atau akomodasi. Setiap bulan, pengelola desa wisata wajib melaporkan

semua pendapatan dan pengeluaran kepada Pemerintah Kabupaten Tabanan (Digna Merian Andriani dan I Nyoman Sunarta, 2015).

3) Pengelolaan Desa Wisata Penglipuran menyusun persentase penggunaan dana yang masuk sesuai dengan peraturan daerah yaitu 40% untuk operasional pengelola dan desa adat, 60% untuk Pemerintah Daerah Kabupaten Bangli. Dari 40% yang diterima, 20% untuk desa adat dan 20% sisanya untuk petugas operasional yang bekerja langsung di desa wisata (M. Bashori Imron, 2015).

3. Lemahnya Dukungan Pemerintah Pusat

Pemerintah daerah maupun pemerintah pusat sudah cukup baik dalam mengalokasikan anggaran. APBN tahun 2020 telah mengalokasikan Dana Alokasi Khusus (DAK) fisik pariwisata di daerah sebesar Rp147 miliar. Pada tahun 2019, pagu anggaran APBN Provinsi Maluku sektor pariwisata dan budaya sebesar Rp1.844 miliar, dengan realisasi Rp1.618 miliar (87,37%) (Rri.co.id, 2020). Presiden Joko Widodo bahkan memberikan dukungan dengan meminta Menteri Keuangan, Sri Mulyani, untuk meninjau kembali APBN dengan melihat seluruh pos anggaran yang berhubungan dengan keuangan provinsi seperti Dana Alokasi Khusus (DAK) dan Dana Alokasi Umum (DAU), untuk kemudian menyokong APBD Maluku dalam pembangunan Provinsi Maluku dari semua sektor (CNN Indonesia, 2019).

Akan tetapi, berbicara mengenai pembangunan pariwisata, berarti berbicara mengenai semua hal yang berkaitan dengan strategi dan upaya pengembangannya. Tidak hanya persoalan dukungan pendanaan, tetapi juga dukungan lain seperti dalam bentuk kebijakan. Banyak kebijakan pemerintah pusat yang justru meleset dan dinilai bukan suatu kebutuhan yang diperlukan sektor pariwisata di daerah, terutama daerah yang

masih dalam tahap pembangunan dan pengembangan.

Seperti halnya kebijakan dana hibah pariwisata sebesar Rp3,3 triliun yang diperuntukkan pemerintah daerah dalam rangka pemulihan atas penurunan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Wishnutama, Menteri Pariwisata tahun 2019—2020 menjelaskan bahwa dana hibah tersebut dibagi menjadi dua, yaitu 70% dialokasikan untuk bantuan langsung kepada industri hotel dan restoran, dan 30% untuk penanganan dampak ekonomi dan sosial akibat pandemi Covid-19 terutama di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Tidak hanya itu, terdapat pula anggaran sebesar Rp119 miliar untuk program Sertifikasi CHSE bagi industri pariwisata seluruh provinsi di Indonesia. Sertifikasi ini dimaksudkan untuk menjamin kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan industri pariwisata (Travel.tempo.co, 2020).

Apabila dikaitkan, sudah jelas Pantai Hunimua tidak dapat diikutsertakan dalam dana hibah dan program Sertifikasi CHSE. Hal ini sangat disayangkan karena Pantai Hunimua adalah objek wisata unggulan Maluku yang sedang dalam tahap rekonstruksi, sehingga sangat memerlukan perhatian khusus.

Di sisi lain, sering kali terjadi perlakuan berbeda antara satu objek wisata dengan objek wisata lainnya dan antara satu daerah dengan daerah lainnya. Sebagaimana halnya kebijakan potongan harga 30% bahkan 50% tiket pesawat yang diberikan pemerintah kepada 10 destinasi wisata, yaitu Danau Toba, Yogyakarta, Malang, Manado, Denpasar Bali, Mandalika Lombok, Labuan Bajo, Belitung, Batam, dan Bintan (Tempo.co, 2020). Pemerintah juga tidak memungut pajak hotel dan restoran pada sepuluh destinasi wisata tersebut. Dengan kata lain pajak hotel dan restoran dinolkan (bisnis.tempo.co, 2020). Sangat disesalkan, objek wisata yang seharusnya memperoleh sokongan lebih besar seperti

Pantai Hunimua, justru termarginalkan bahkan diperlakukan diskriminatif. Perlu diketahui bahwa satu kendala utama dari sejumlah kendala dalam pengembangan objek wisata Pantai Hunimua dan objek wisata lain di Provinsi Maluku dalam kancah nasional bahkan internasional adalah ongkos tiket pesawat yang tidak murah. Jika Pemerintah tetap mencanangkan kebijakan insentif hanya untuk daerah-daerah tertentu, maka dapat dipastikan sektor pariwisata di daerah lain seperti halnya Maluku, semakin sulit membangun objek wisata yang dimilikinya. Selain harus bekerja mandiri, objek wisata di Provinsi Maluku juga harus bersaing dengan 10 objek wisata prioritas yang telah diberikan insentif khusus oleh pemerintah.

Strategi dan Upaya Memaksimalkan Potensi Pantai Hunimua

Dalam upaya mengembangkan dan membangun Pantai Hunimua, terdapat beberapa aspek lain yang perlu diperhatikan secara saksama selain pembaharuan dan perbaikan sarana dan prasarana. Berikut adalah ulasannya.

1. Pembentukan Manajemen Pengelolaan Objek Wisata

Sejalan dengan Allison, manajemen pengelolaan objek wisata yang dapat diterapkan di Pantai Hunimua adalah menggunakan 3 (tiga) fungsi manajemen: fungsi manajemen strategi, fungsi manajemen komponen internal, dan fungsi manajemen konstituen eksternal (Ni Luh Made Suryani, dkk., 2016). Pertama, fungsi manajemen strategi Pantai Hunimua meliputi penetapan tujuan dan prioritas pengelolaan Pantai Hunimua. Penetapan ini akan menjadi acuan pengelola Pantai Hunimua dalam jangka waktu tertentu. Kemudian untuk memudahkan dan mendorong keberhasilan strategi pengelolaan objek wisata, dibutuhkan fungsi selanjutnya yaitu manajemen komponen internal berupa organisasi pengelola yang pada umumnya bertugas

untuk membuat rencana operasional, rencana kerja tahunan, rencana kerja penggunaan anggaran, rencana kerja untuk pembangunan fisik, dan rencana kerja lainnya yang berkaitan erat dengan pengelolaan Pantai Hunimua.

Terkait pengorganisasian, saat ini Pantai Hunimua sudah dikelola Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Maluku yang diwakilkan oleh beberapa pegawai (PNS dan non-PNS). Akan tetapi, pengelolaan Pantai Hunimua tidak berjalan optimal. Para pegawai tersebut bertugas membersihkan beberapa lokasi di Pantai Hunimua (tidak termasuk membersihkan air lautnya) dan pada setiap akhir pekan (Sabtu dan Minggu) menjaga pintu masuk dan menjual tiket.

Seperti yang telah disampaikan di awal, Pantai Hunimua sepenuhnya dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Maluku. Tidak ada organisasi turunan pengelola Pantai Hunimua. Tugas pembuatan rencana operasional, rencana kerja tahunan, rencana kerja penggunaan anggaran, rencana kerja untuk pembangunan fisik, dan rencana kerja lainnya yang berkaitan erat dengan pengelolaan Pantai Hunimua merupakan tugas dari Dinas Pariwisata, yang sudah barang tentu tidak hanya bertugas untuk menyusun rencana kerja pengelolaan objek wisata Pantai Hunimua, tetapi juga seluruh objek wisata yang ada di Maluku. Agar pengelolaan Pantai Hunimua dapat berjalan optimal, organisasi pengelola turunan dari Dinas Pariwisata perlu dibentuk.

2. Berdayakan Masyarakat Negeri

Sebagai lanjutan dari poin sebelumnya, organisasi pengelola turunan sebaiknya dibentuk dengan menempatkan masyarakat *negeri* sebagai pengelola inti. Hal ini karena masyarakat tersebut yang sangat memahami apa yang dapat diberikan *negeri* untuk pengembangan Pantai Hunimua.

Dalam mengoptimalkan fungsi manajemen komponen internal, satu catatan penting yang patut digaribawahi

adalah memberi ruang bagi masyarakat *negeri* untuk berkontribusi dengan tetap memprioritaskan pemuda-pemuda *negeri*/pihak luar yang berbakat untuk menduduki bidang-bidang penting yang dibutuhkan (pariwisata, kesenian, ekonomi, hukum, kelautan, tata ruang, dan bidang lain yang relevan). Poin ini penting mengingat Pantai Hunimua memerlukan banyak inovasi dan kreasi.

Menurut teori, terdapat beberapa indikator pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, yaitu; lingkungan, produk pariwisata, kemitraan, dan partisipasi masyarakat (Ni Luh Made Suryani, dkk., 2016). Selain itu, keberhasilan pengembangan suatu wilayah dapat diukur dari banyak faktor. Salah satunya adalah dampak atau pengaruh yang positif terhadap masyarakat (Syamsuddin, dkk., 2019).

Dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat *negeri*, masyarakat dapat memperoleh pembinaan untuk meningkatkan kualitasnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melaksanakan pelatihan dan pengembangan kemampuan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif seperti jasa pijat tradisional (*traditional massage*), pemandu wisata (*tour guide*), penjaga pantai, peningkatan kemampuan berbahasa asing, pelatihan *surfing* dan pelatihan lainnya yang mendukung pengelolaan objek wisata Pantai Hunimua.

3. Membangun Kerjasama

Berdasarkan teori Allison, manajemen pengelolaan objek wisata selanjutnya yang dapat diterapkan di Pantai Hunimua adalah fungsi manajemen konstituen eksternal yang meliputi hubungan kerja sama dengan pihak ketiga seperti pihak swasta. Dengan pihak swasta, kerja sama dapat dilakukan dalam hal pelatihan penggunaan sarana objek wisata (*surfing*, *banana boat*, pijat refleksi, *snorkeling* dan *diving*, *guide outbond*, dan lain-lain) atau pengadaan *resort* atau restoran.

Bentuk lain dari kerja sama dapat berupa pemasaran dan promosi. Untuk

menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan, perlu dibentuk strategi pemasaran dan promosi yang baik. Strategi promosi ini dapat dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan berbagai instansi atau pelaku usaha, seperti: membuat promo paket liburan dan bekerja sama dengan pihak pemerintah (dalam hal ini, Kementerian Pariwisata) dan pihak swasta, dengan travel pesawat, kapal laut, dan travel bus/minibus. Opsi lain yang dapat dilakukan untuk mempromosikan Pantai Hunimua adalah bekerja sama dengan stasiun televisi atau *channel youtube* yang menayangkan acara seputar *traveling*.

4. Menyiapkan Regulasi tentang Pengelolaan Objek Wisata dan Retribusi

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 30 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyerahan Urusan Pemerintahan Kabupaten/Kota Kepada Desa, Pasal 2, menjelaskan bahwa salah satu urusan pemerintahan kabupaten/kota yang dapat diserahkan kepada desa adalah bidang pariwisata. Dengan demikian, untuk mengelola dan mengatur objek wisata desa, pemerintah Desa bersama pengelola objek wisata berwenang untuk membuat regulasi umum dan khusus terkait pengelolaan objek wisata.

Regulasi yang disiapkan dalam rangka memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, dapat berupa: regulasi mengenai pengelolaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana objek wisata, prosedur pelaksanaan investasi, syarat dan ketentuan yang berlaku bagi para pelaku usaha, retribusi bagi para pelaku usaha, seputar keamanan dan kebersihan objek wisata (pengendalian lingkungan), aturan khusus untuk wisatawan baik lokal maupun asing, serta persoalan lain yang relevan dan penting untuk diatur.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap potensi, solusi, dan

strategi, dapat disimpulkan bahwa Pantai Hunimua memiliki potensi yang besar menjadi objek wisata prioritas daerah bahkan prioritas Indonesia. Hal ini karena sejumlah kekuatan dimiliki Pantai Hunimua, antara lain aksesibilitas yang mudah, terdapat dukungan daya tarik objek wisata lain seperti Nusa Pombo yang menghiasi pemandangan Pantai Hunimua dan potensi terumbu karang, terletak di desa/*negeri* adat, serta memiliki lokasi wisata yang luas. Akan tetapi, dalam memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, terdapat berbagai hambatan, seperti persoalan klaim tanah, tidak adanya kesepahaman dan komitmen antara *negeri* dan daerah dalam membangun Pantai Hunimua, serta lemahnya dukungan pemerintah pusat, terlebih di masa pandemi seperti ini. Untuk memaksimalkan potensi Pantai Hunimua, selain pembaharuan dan perbaikan sarana dan prasarana, peneliti menawarkan strategi dan upaya yang dapat dilakukan, yakni membentuk manajemen pengelolaan objek wisata, memberdayakan masyarakat *negeri* Liang, membangun kerja sama dan menyiapkan regulasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, Jalaludin. (1997). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri., dan Effendi, Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, Soerjono. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Ali, Zainudin. (2011). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Grafik Grafika.
- Jurnal Penelitian
- Andriani, Digna Merian dan I Nyoman Sunarta. (2015). *Pengelolaan Desa*

- Wisata Belimbing Menuju Pariwisata Berkelanjutan Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. *Jurnal Destinasi Wisata*, 3(1), 19. DOI: <https://doi.org/10.24843/JDEP-AR.2015.v03.i01.p03>
- Amin, Deny Yarusain. (2019). Kajian Pengembangan Objek Wisata Bahari Pantai Hunimua Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 5-8. <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/amal/article/download/922/743>
- Fakih, Muhammad Fadli, dkk. (2017). Analisa Pola Kunjungan Wisatawan ke Berbagai Objek Daya Tarik Wisata di Pulau Ambon Menggunakan Frequent Pattern Growth. *KINETIK*, 2(3), 189-192. <https://doi.org/10.22219/kinetik.v2i3.46>
- Imron, M. Bashori. (2015). Meretas Jalan Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Melalui Desa Wisata Panglipuran Bali. *Jurnal Bina Praja*, 7(4), 285. DOI: <https://doi.org/10.21787/jb.p.07.2015.279-288>
- Suryani, Ni Luh Made, dkk. (2016). Analisis Manajemen Pengelolaan Objek Wisata dalam Mewujudkan Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan Melalui Badan Usaha Milik Desa Adat (BUMDA). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*. 3-4. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/citizen/article/view/23543/15464>
- Syamsuddin, dkk. (2019) Dampak Perkembangan Kawasan Wisata Pantai Liang Terhadap Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Islam dan Ilmu Sosial*, 12(1), 73. DOI: <http://dx.doi.org/10.33477/dj.v12i1.792>
- Yudasuara, I Ketut. (2015). Pengelolaan Daya Tarik Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Pecatu, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, *JUMPA*, 2(1), 139. DOI: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2015.v02.i01.p08>
- V.J. Wisnu Wardhono, (2011). Penelitian Grounded Theory, Apakah itu? *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan*, 15(1), 24. <https://media.neliti.com/media/publications/27618-ID-penelitian-grounded-theory-apakah-itu.pdf>
- Peraturan Perundang-undangan
Peraturan Daerah Provinsi Maluku Nomor 16 Tahun 2013 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Maluku Tahun 2013-2033
Peraturan Daerah Kabupaten Maluku Tengah Nomor 1 Tahun 2006 tentang Negeri
- Sumber Online/Media Massa
CNN Indonesia. (2019, Oktober). Sokong Kenaikan APBD Maluku, Sri Mulyani Cek APBN. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com>
Republika. (2016, Agustus). Pantai Liang di Maluku Diusulkan Masuk 10 Destinasi Wisata Prioritas. Diakses dari <https://republika.co.id>
Pemerintah Kota Ambon. Diakses dari <https://www.ambon.go.id/pantai-liang>
Pemkot Ambon. Nusa Pombo. Diakses dari <https://ambon.go.id/nusa-pombo>
Rri.co.id. Penyerapan APBN Sektor Kesehatan dan Pariwisata di Maluku. Diakses dari <https://rri.co.id>
Rudy. (2019, Mei). Pantai Ora, Surga Eksklusif yang Tersembunyi di Maluku Tengah. Diakses dari

- <https://www.nativeindonesia.com/pantai-ora/>
Tempo.co. (2020, Februari). Ini Dia 10 Destinasi yang Nikmati Diskon Tiket Pesawat dan Hotel. Diakses dari <https://travel.tempo.co>
Tempo.co. (2020, Maret). Insentif Pariwisata Atasi Virus Corona Disebut Salah Sasaran. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co>
Tempo.co. (2020, Februari). Pemerintah Nihilkan Pajak Hotel dan Restoran di 10 Destinasi. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co>
Travel.tempo.co. (2020, Oktober). Pemda dan Pelaku Wisata Akan Dapat Dana Hibah Pariwisata Rp3,3 triliun. Diakses dari <https://travel.tempo.co>
Traveloka.com. (2020, Januari). 10 Destinasi Domestik Unggulan Dari Kementerian Pariwisata. Diakses dari <https://www.traveloka.com>
Wawancara
Hasil Wawancara dengan Tokoh Masyarakat Negeri dan Ketua AMPI (Pelopor berdirinya Objek Wisata Pantai Hunimua), Pada 22 Juli 2020
Hasil Wawancara dengan Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, Pada 27 Februari 2021
Hasil Wawancara dengan mantan Raja Negeri Liang, Abdul Razak Opier, Pada 25 Juli 2020

PERAN KLAS TER PARIWISATA TERHADAP EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANYUWANGI DI ERA INDUSTRI 4.0

The Role of Tourism Cluster toward Banyuwangi Regency Creative Economics in Industry 4.0 Era

Dias Satria¹, Joshi Maharani Wibowo²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Brawijaya

Jl. MT. Haryono No. 165, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa

Timur 65300, Indonesia

dias.satria@ub.ac.id

² Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Joshi Maharani Wibowo

Universitas Surabaya

Jalan Tenggilis Mejoyo, Kali Rungkut, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa

Timur 60293, Indonesia

joshiwibowo@staff.ubaya.ac.id

Diterima: 15 Juni 2021. Disetujui: 10 September 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi tinggi di sektor pariwisata karena terdapat kawasan daya tarik pariwisata yang diprioritaskan oleh pemerintah nasional yaitu Taman Wisata Alam Kawah Ijen (Kawah Ijen). Pada tahun 2019, Kawah Ijen ditetapkan sebagai pusat klaster pariwisata Kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan pertumbuhan perkonomian daerah dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran klaster pariwisata terhadap industri pendukung pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang memanfaatkan potensi teknologi industri 4.0 di Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan aplikasi kebijakan klaster pariwisata memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi khususnya pada sektor industri kreatif yang terletak di Kabupaten Banyuwangi. Pengembangan klaster pariwisata di area Kawah Ijen, memotivasi masyarakat lokal untuk melakukan inovasi kreatif seperti menciptakan produk lokal baru dan lain sebagainya. Sayangnya, pengembangan usaha pada sektor industri kreatif di klaster kawah ijen mengalami beberapa kendala yang disebabkan oleh faktor sosial, finansial, dan infrastruktur. Untuk mengatasi kendala tersebut penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi kebijakan berupa penciptaan komunitas yang terintegrasi dengan teknologi industri 4.0 dan kelembagaan masyarakat lokal. Sehingga akan tercipta ekosistem berbasis digital di area Jawa Timur yang dapat memotivasi masyarakat untuk tetap inovatif dan kreatif dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, Industri 4.0, Klaster Pariwisata

Abstract

Banyuwangi Regency is one city in Indonesia with a high potential in the tourism sector and is famous for its main attraction, Ijen Crater National Park or more known as Ijen Crater. In 2019, this destination was appointed as the center of the tourism cluster area by utilizing local potential to support regional economic growth. This research was conducted to determine the tourism clusters' role in supporting the creative economy by applying technology 4.0 in Banyuwangi Regency. The result showed that the tourism cluster policy application positively encourages local communities to be more creative and innovate, like creating new SME featured products by utilizing the existing biodiversity and local wisdom nearby. Unfortunately, the development of the creative industry business in the Kawah Ijen cluster have some obstacles, caused by social, financial, and infrastructure factors. To overcome that obstacle, this research also tries to provide recommendation policy suggestions in the form of local community inventions that integrate local community institutions and technology 4.0 to overcome the negative impact. The related stakeholder can create a digital-based ecosystem to motivate local people to continue being innovative and creative.

Keywords: *creative economics, Industry 4.0, tourism cluster*

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia dalam 5 tahun terakhir mengalami perkembangan pesat. Kondisi tersebut ditunjukkan melalui laporan BEKRAF (2019) yang menyatakan, berbagai usaha terkait industri ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2019 mampu menyerap 19,01 juta orang tenaga kerja serta memiliki nilai ekspor yang cukup tinggi, yaitu 21,50 milyar USD. Pertumbuhan ini memicu para pemangku kebijakan terkait, khususnya pemerintah Indonesia, untuk meningkatkan kapasitas tersebut pada tahun 2020 melalui integrasi sistem Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan aktivitas ekonomi terkait (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019).

Pengembangan industri ekonomi kreatif sangat penting untuk dilakukan di Indonesia. Hal ini disebabkan industri ekonomi kreatif merupakan industri yang

cukup fleksibel untuk diaplikasikan pada berbagai aktivitas ekonomi nonformal serta menawarkan peluang yang cukup besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah melalui pengembangan potensi pengetahuan lokal dan transformasi aktivitas ekonomi yang lebih kreatif. OECD (2014) menyatakan, pada tahun 2012 industri ekonomi kreatif di Indonesia memberi sumbangan 7,2% terhadap PDB nasional dan 8,2% terhadap jumlah penyerapan tenaga kerja Indonesia. Aktivitas ekonomi kreatif yang berkembang dengan baik pada suatu area dapat menciptakan kelompok atau klaster yang berfokus pada sektor potensial tertentu, seperti pariwisata (klaster pariwisata) atau seni budaya (klaster seni), untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan lingkungan masyarakat (Zheng & Chan, 2014).

Borkowska-Niszczoła (2015) dan Jackson (2006) mendefinisikan klaster pariwisata sebagai sekelompok industri

pariwisata serta industri sektor terkait lainnya pada suatu kawasan tertentu yang bekerjasama untuk mempengaruhi daya saing destinasi pariwisata pada area tertentu. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan, pembentukan klaster pariwisata memberi pengaruh positif untuk meningkatkan pembentukan dan pemasaran destinasi pariwisata (*tourism branding*) di area tertentu (Ayu, Dwihantoro, & Lokantara, 2020). Jackson (2006) serta Lee, Jang, dan Kim (2020) juga mendukung teori tersebut karena sektor pariwisata yang dikembangkan berdasarkan konsep klaster pariwisata akan memicu masyarakat lokal untuk berfikir kreatif dalam mengembangkan aktivitas pariwisata dan perekonomian mereka secara mandiri daripada hanya bergantung pada subsidi yang diberikan oleh pemerintah. Selain itu, klaster pariwisata juga memiliki peran penting dalam pembangunan daya saing daerah berbasis ekonomi kreatif karena memberikan sumbangan pasti terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan optimalisasi penyerapan tenaga kerja lokal (Tenges, 2016). Sektor pariwisata diyakini sebagai sektor yang mampu menggerakkan perekonomian daerah dan memberikan *multiplier effect* terhadap banyak pemangku kepentingan dari masyarakat lokal, pemerintah daerah, pebisnis pada berbagai level, dan lain sebagainya (Fundeanu, 2015; Setyanto, 2018). Tidak hanya itu, klaster pariwisata juga berfungsi sebagai strategi penguatan daya saing sektor pariwisata dan industri kreatif dengan memaksimalkan potensi lokal yang ada melalui aktivitas pariwisata dan industri kreatif (Tenges, 2016).

Salah satu klaster pariwisata yang memiliki daya saing tinggi di Indonesia

adalah Klaster Pendukung Selingkar Ijen (Kawah Ijen) yang berada di Kabupaten Banyuwangi (Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, 2016). Klaster Kawah Ijen dipilih karena memiliki destinasi pariwisata internasional yang juga termasuk dalam 10 destinasi pariwisata prioritas Indonesia, yaitu Taman Wisata Alam Kawah Ijen (Kawah Ijen) (Agmasati, 2019; Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, 2016). Selain itu, aktivitas pariwisata dan ekonomi yang berada di area Kawah Ijen secara langsung memberi *multiplier effect* yang positif terhadap sektor terkait. Contohnya, sektor informasi dan komunikasi serta sektor angkutan, pergudangan, jasa penunjang angkutan, pos, dan kurir di Kabupaten Banyuwangi (Aji, Pramono, & Rahmi, 2018).

Aktivitas pengembangan daya saing klaster pariwisata berbasis industri ekonomi kreatif pada Kabupaten Banyuwangi telah dilakukan sejak tahun 2016. Sayangnya, aktivitas tersebut tidak diimbangi dengan aplikasi dan pemanfaatan teknologi era industri 4.0. Pemanfaatan teknologi dalam klaster pariwisata Kabupaten Banyuwangi baru diaplikasikan pada tahun 2019 (Budi, 2020). Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dengan aktivitas pariwisata dan industri kreatif di klaster pariwisata Kawah Ijen akan memberikan manfaat yang positif pada aktivitas pariwisata dan industri kreatif terkait, seperti kemudahan untuk promosi, pemasaran, dan penjualan destinasi pariwisata (UNCTAD, 2005). Tidak hanya itu, integrasi teknologi dengan klaster wisata dan industri kreatif akan mempermudah masyarakat mendapatkan informasi terkait destinasi dan aktivitas

pariwisata yang dituju secara *online* serta mendorong terjadinya kontak langsung secara digital antara pengelola destinasi pariwisata dengan calon wisatawan (OECD, 2014; Santoso, Handayani, & Ningsih, 2015).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran klaster pariwisata sebagai strategi peningkatan aktivitas ekonomi kreatif masyarakat Kabupaten Banyuwangi pada era industri 4.0. Hasil penelitian diharapkan dapat dikembangkan untuk menciptakan rekomendasi aplikatif bagi para pemangku kepentingan terkait, seperti masyarakat lokal, investor, dan pemerintah, khususnya untuk memaksimalkan daya saing yang dimiliki oleh destinasi pariwisata serta masyarakat Kabupaten Banyuwangi melalui aktivitas ekonomi kreatif yang terintegrasi teknologi industri 4.0.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat praktis dan dianalisis berdasarkan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Milles & Huberman (1994). Milles dan Huberman (1994) menyatakan, terdapat 3 (tiga) tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan analisis penelitian kualitatif secara keseluruhan, yaitu reduksi data (*data reduction*), paparan/penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*).

Penelitian dilakukan di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2019 dengan berfokus pada destinasi pariwisata yang tercakup dalam Kawasan Pendukung Selingkar Ijen Kabupaten Banyuwangi sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 80 Tahun 2019. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang didapatkan melalui

aktivitas observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan *focus group discussion* (FGD). Data sekunder didapatkan melalui studi literatur terkait berbagai macam dokumen, seperti jurnal, laporan, dan buku yang didapat melalui instansi terkait, tokoh masyarakat, dan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan pariwisata 4.0 Kawasan Pendukung Selingkar Ijen dipusatkan pada area Kabupaten Banyuwangi dengan Taman Wisata Kawah Ijen (Kawah Ijen) sebagai destinasi pariwisata unggulan. Pengembangan destinasi pariwisata berbasis digital dengan strategi klaster pada area Kawah Ijen dilakukan untuk memotivasi masyarakat agar mau mengembangkan aktivitas ekonomi baru sehingga area Kawah Ijen memiliki keberagaman aktivitas industri ekonomi kreatif baru. Pengembangan potensi lokal tersebut didukung aktivitas industri terkait, seperti akomodasi dan amenitas berbasis ekonomi kreatif seluas-luasnya serta terintegrasi dengan teknologi 4.0. Pada praktiknya, pengembangan industri kreatif pendukung aktivitas pariwisata yang terintegrasi teknologi 4.0 pada klaster Kawah Ijen dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki masing-masing kecamatan Kabupaten Banyuwangi yang terbagi dalam 7 (tujuh) kawasan sebagaimana terlihat pada tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap kecamatan di Kabupaten Banyuwangi memiliki beragam potensi yang dapat ditingkatkan kapasitas ekonominya. Salah satunya adalah Kecamatan Licin yang memiliki peran sebagai kawasan pariwisata, agropolitan, dan industri pendukung perekonomian daerah. Untuk memfasilitasi potensi tersebut, pemerintah daerah menjadikan Kecamatan Licin sebagai pusat aktivitas

klaster pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan dikenal dengan nama ‘*Ijen Tourism Cluster*’ (Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2019b, 2019c). Pembentukan klaster pariwisata di sekitar area destinasi pariwisata Kawah Ijen dilakukan untuk mendorong tumbuhnya industri ekonomi

kreatif berbasis pariwisata digital melalui aktivitas pariwisata dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Tabel 1. Potensi Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Wilayah

No	Kawasan	Kecamatan
1	Pusat Kegiatan Lokal (PKLp)	Kecamatan Wongsorejo Kecamatan Kalipuro Kecamatan Bangorejo
2	Agropolitan	Kawasan Agropolitan Kecamatan Bangrejo yang didukung oleh Kecamatan Purwoharjo, Kecamatan Tegaldlimo, Kecamatan Tegaldlimo, Kecamatan Siliragung, dan Kecamatan Pesanggaran. Kawasan Agropolitan Ijen Kecamatan Licin yang didukung oleh Kecamatan Glagah, Kecamatan Kalipuro, dan Kecamatan Songgon
3	Minapolitan	Zona inti yang dipusatkan pada Kecamatan Muncar Zona sentra produksi pada Kecamatan Purwoharjo dan Kecamatan Pesanggaran Zona penyagga pada Kecamatan Rogojampi, Kecamatan Srono, Kecamatan Tegaldlimo
4	Industri	Industrial estate pada Kecamatan Wongsorejo Industri terintegrasi pelabuhan umum dan pelabuhan khusus pada Kecamatan Kalipuro Industri pengolahan hasil perikanan dan kelaiutan pada Kecamatan Muncar
5	Pelabuhan	Fishery Park pada Kecamatan Rogojampi Agroindustri pada kawasan agropolitan
6	Bandar Udara	Kecamatan Kalipuro Kecamatan Rogojampi Kecamatan Kabar
7	Pariwisata	WPP I Kawah Ijen dipusatkan pada Kecamatan Licin WPP II pada Kecamatan Tegaldlimo WPP III Pantai Sukomade pada Kecamatan Pesanggaran

Sumber: Pemerintah Kabupaten Banyuwangi (2019a)

Keberadaan UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif pada Klaster Kawah Ijen memberi kontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pemasukan daerah Kabupaten Banyuwangi. Hal ini disebabkan pengembangan klaster pariwisata yang

berpusat pada destinasi wisata Kawah Ijen memberi kesempatan kepada masyarakat lokal untuk terlibat dalam pengelolaan dan perencanaan pengembangan kearifan lokal yang ada melalui aktivitas ekonomi kreatif pada sektor UMKM dan pariwisata berbasis digital. Aplikasi konsep ekonomi

kreatif pada UMKM dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi sebagian besar didominasi oleh aktivitas pada sektor industri akomodasi dan amenitas yang sering dibutuhkan oleh wisatawan.

Aplikasi digital pada sektor industri akomodasi dan amenitas klaster pariwisata Kawah Ijen sering ditemui di Desa Tamansari Kecamatan Licin Kabupaten Banyuwangi. Desa Tamansari merupakan desa terdekat dari destinasi pariwisata Kawah Ijen yang memiliki keunggulan kompetitif dalam industri bidang pelayanan publik (*public service*) berbasis ICTs (*Information Communication and Technology Services*). Penerapan teknologi pada sektor industri kreatif berbasis pariwisata di area Desa Tamansari memberi keuntungan sebagai berikut.

- memberi pilihan akomodasi bagi wisatawan melalui *platform-platform digital tourism* yang terintegrasi dengan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya, seperti penginapan, jasa transportasi lokal, dan kunjungan pariwisata ke destinasi terdekat
- memotivasi terjadinya kompetisi sehat antar-UMKM yang telah ada sebelumnya dan inovasi kreatif UMKM di sektor digital pada usaha yang mereka miliki atau destinasi pariwisata yang sedang mereka kelola.
- adanya fasilitas pariwisata 4.0 di area destinasi yang terintegrasi dengan literasi keuangan digital akan meningkatkan transaksi keuangan wisatawan untuk melakukan pembelian barang dan jasa di sekitar destinasi karena metode pembayaran yang beragam, mulai dari pembayaran

secara *cash* ataupun melalui *virtual payments*

- mengurangi terjadinya *scamming* karena melalui *platform* digital, pengelola industri kreatif di sekitar destinasi pariwisata Kawah Ijen dapat mempromosikan usaha mereka dengan memberikan informasi yang valid terkait fasilitas dan harga
- teknologi pada klaster pariwisata Kawah Ijen juga berperan sebagai instrumen pemerluas pasar produk hasil industri berbasis kearifan lokal Kabupaten Banyuwangi melalui *platform* digital, seperti pada *website* <https://www.banyuwangi-mall.com/> dan aktivitas kreatif yang dipromosikan secara *online*, seperti Festival gGandrung Sewu dan Festival Ngopi Sepuluh Ewuh.

Pengembangan kawasan klaster pariwisata berbasis digital telah mempercepat masyarakat lokal Kabupaten Banyuwangi untuk beradaptasi dengan ekosistem digital. Aplikasi pariwisata 4.0 pada klaster pariwisata Banyuwangi tidak hanya memberikan dampak positif terhadap sektor industri ekonomi kreatif tetapi juga terhadap kelembagaan Kabupaten Banyuwangi. Transformasi pada kelembagaan *stakeholder* pariwisata Kabupaten Banyuwangi terjadi untuk mendukung tumbuhnya industri ekonomi berbasis pariwisata dan UMKM pada Klaster Kawah Ijen. Secara keseluruhan, *stakeholder* yang memiliki peran dalam pengembangan klaster pariwisata 4.0 dan industri ekonomi kreatif klaster Kawah Ijen dapat digolongkan menjadi empat peran utama, yaitu peran dalam perlindungan sumber daya, pemberdayaan masyarakat setempat, penyediaan jasa

pariwisata, serta penyediaan data dan informasi (tabel 2).

Tabel 2 menunjukkan, lembaga pemerintah memainkan peran perlindungan sumber daya (pengawasan dan pengelolaan sumber daya pariwisata dan lingkungan), penyediaan fasilitas pendukung destinasi pariwisata (perbaikan atau pembuatan jalan dan ke kawasan wisata), penyediaan data dan informasi (penyediaan fasilitas digital di area pariwisata, melakukan pengumpulan data terkait data obyek wisata, melakukan publikasi atau promosi daya tarik pariwisata secara *online*), dan pemberdayaan masyarakat lokal (membentuk kelompok sadar wisata, BUMDes dan BUMDesa Bersama).

Lembaga swasta memiliki peran sebagai penyedia kesempatan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, bantuan dalam pengelolaan sumber daya destinasi wisata, penyediaan jasa pariwisata (penyediaan akomodasi, restoran/tempat makan, program pariwisata, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan pengunjung), dan penyediaan data dan informasi melalui penyediaan sarana promosi (*billboard*, *website*, *leaflet*). Sementara itu, kelompok masyarakat berperan sebagai sumber daya perlindungan melalui penanaman dan

perlindungan hutan, menghindari perburuan satwa liar dan *illegal logging* (Beljai, Mutasib, & Sulistyantara, 2014). Kelompok masyarakat juga dapat membentuk organisasi pecinta alam atau organisasi perlindungan warisan sejarah budaya yang banyak melakukan usaha-usaha konservasi yang menjadi daya tarik wisata (Damanik & Weber, 2006).

Stakeholders yang teridentifikasi dalam tabel 2 memiliki tingkat kepentingan dan pengaruh berbeda terhadap pengembangan pariwisata dan industri kreatif klaster Kawah Ijen. Perbedaan tingkat ketergantungan *stakeholders* dipengaruhi oleh kekuatan kondisi, kekuatan kelayakan, kekuatan kompensasi, kekuatan individu, dan kekuatan organisasi (Reed et al., 2009). Secara lebih detail, perbedaan tingkat kepentingan masing-masing *stakeholders* dipengaruhi oleh bentuk keterlibatan dan ketergantungan *stakeholders* pada aktivitas pariwisata, aktivitas masing-masing *stakeholders* yang berkaitan dengan pariwisata, manfaat yang diperoleh *stakeholders* dari pariwisata, serta peran yang dimainkan oleh *stakeholders* dalam pengelolaan pariwisata.

Tabel 2. *Stakeholders* dan Perannya dalam Pengembangan Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banyuwangi

No	<i>Stakeholders</i>	Peran			
		Perlindungan Sumber Daya	Pemberdayaan Masyarakat Setempat	Penyedia Jasa Pariwisata	Penyedia Data dan Informasi
1	Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BBKSDA) Jatim	√	√	-	√
2	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kab. Banyuwangi	√	√	-	√

No	Stakeholders	Peran			
		Perlindungan Sumber Daya	Pemberdayaan Masyarakat Setempat	Penyedia Jasa Pariwisata	Penyedia Data dan Informasi
3	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Banyuwangi	√	√	-	√
4	Badan Penanggulangan Bencana Kabupaten Banyuwangi	√	-	-	√
5	Swasta	√	√	√	√
6	Komunitas Transportasi Lokal	-	√	√	√
7	Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)	-	-	√	-
8	Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA)	-	-	√	-
9	Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI)	-	-	√	-
10	Badan Promosi Pariwisata Daerah Kab. Banyuwangi	-	-	√	√
11	BUMDes dan BUMDesa Bersama	√	√	-	√
12	Perhutani	√	√	√	√
13	LSM Berbasis Konservasi	√	√	-	-
14	Koperasi	-	√	-	-
15	Pemuda	√	-	-	-
16	Masyarakat Setempat	√	-	-	-

Sumber: Data Primer, 2020

Peran Klaster Pariwisata sebagai Instrumen Pendorong Aktivitas Ekonomi Kreatif di Era Industri 4.0

Aplikasi kebijakan berbasis klaster pariwisata merupakan kebijakan yang sering dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah melalui aktivitas ekonomi kreatif secara keseluruhan dan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Pengembangan ekonomi kreatif yang didukung oleh teknologi industri 4.0 pada klaster industri pariwisata Kabupaten Banyuwangi dilakukan untuk menciptakan ekosistem digital yang dapat mendukung masyarakat lokal untuk berinovasi secara kreatif pada sektor UMKM dan pariwisata. Contohnya adalah pengembangan sektor

UMKM terkait pariwisata yang terintegrasi secara digital.

Tabel 3 merupakan data UMKM di bidang makanan dan minuman yang berkembang mengikuti perkembangan aktivitas pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Ke enam UMKM tersebut merupakan jenis usaha di bidang ekonomi kreatif yang berkembang karena adanya aktivitas pariwisata dan telah terintegrasi dengan teknologi di era industri 4.0 menurut narasumber. Integrasi dengan teknologi era industri 4.0 terlihat dari kemudahan konsumen yang sebagian besar adalah wisatawan untuk memberikan ulasan secara digital kepada enam rumah makan tersebut melalui *platform* Tripadvisor.

Tabel 3. UMKM Rumah Makan Kabupaten Banyuwangi beserta Trennya Secara Digital Tahun 2020

No.	Nama Rumah Makan	Total Ulasan TripAdvisor
1.	Rawon Bik Ati	124
2.	Kedai Bandeng Panaroma	64
3.	Pecel Ayu	71
4.	Ikan Bakar Pesona	61
5.	Pondok Indah Banyuwangi	30
6.	Ikan Bakar Blimbingsari	12

Sumber: Data Primer, 2020

Boiko dkk (2017) dan Götz & Jankowska (2017) menyatakan bahwa daya saing industri berbasis ekonomi kreatif pada suatu daerah sangat bergantung pada sumber daya, kondisi lingkungan yang mendukung, dan inovasi masyarakat lokal untuk mengembangkan produk yang memiliki keunggulan kompetitif yang menjadi keunikan daerah tersebut. Potensi kuliner yang ada pada klaster wisata Kawah Ijen diyakini sebagai salah satu UMKM yang bergerak dalam industri kreatif dan pariwisata yang potensial. Potensi seperti ini dapat meningkatkan minat investasi bagi investor, mendorong terciptanya inkubator bisnis yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi yang memberi keuntungan pajak bagi pemerintah daerah (Boiko, 2017).

Pengembangan industri ekonomi kreatif pada klaster Kawah Ijen tidak hanya terbatas pada sektor UMKM rumah makan saja tetapi juga pertanian dan perkebunan. Salah satu komoditas pertanian dan perkebunan yang cukup terkenal dari klaster Kawah Ijen adalah komoditas kopi

dan coklat. Perkembangan industri kopi dan coklat di klaster Kawah Ijen tidak hanya sebatas pada perkebunan kopi dan agrowisata kopi saja tetapi juga berkembang menjadi salah satu kawasan ekonomi kreatif yaitu desa devisa.

Desa devisa merupakan kelompok yang berpotensi untuk melakukan aktivitas produksi secara berkelanjutan, serta mengambil bagian dalam rantai pasokan ekspor global, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada Kabupaten Banyuwangi terdapat 3 desa yang termasuk dalam desa devisa yaitu Desa Kenjo, Desa Telembung, dan Desa Nusasri. Pengembangan desa devisa pada Kabupaten Banyuwangi dilakukan untuk menciptakan aktivitas ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan teknologi era industri 4.0 pada sektor agrikultur. Produk hasil pertanian dan perkebunan yang berada pada desa devisa khususnya komoditas kopi dan kakao nantinya akan diperkenalkan kepada dunia internasional melalui pameran-pameran domestik dan global serta dipasarkan melalui pasar *online* atau *marketplace* pertanian.



Gambar 1. Potensi Desa Devisa Kabupaten Banyuwangi

Hambatan Pengembangan Industri Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi 4.0 pada Klaster Pariwisata Kawah Ijen

Hasil penelitian terkait peran klaster pariwisata Kawah Ijen terhadap ekonomi kreatif Kabupaten Ijen di era industri 4.0 menunjukkan, setiap pemangku kepentingan atau *stakeholder* memiliki tingkat kepentingan, keterlibatan, dan ketergantungan yang berbeda terhadap aktivitas industri kreatif di Kabupaten Banyuwangi. Kondisi ini terjadi karena setiap daerah memiliki potensi,

inovasi, kelengkapan, dan sistem pendidikan yang berbeda-beda untuk mendorong perekonomian daerah (Götz & Jankowska, 2017).

Keberagaman tersebut menciptakan kendala bagi para pemangku kepentingan untuk memaksimalkan potensi keanekaragaman hayati dan kearifan lokal yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Berikut ini adalah 6 (enam) kendala utama pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi industri 4.0 di klaster pariwisata Kawah Ijen.

1. Aplikasi strategi klaster pariwisata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah sebagian besar masih menggunakan pendekatan sosial yang justru akan memperlambat pertumbuhan daya saing industri kreatif Kabupaten Banyuwangi.
2. Beberapa pelaku UMKM dan pengelola destinasi pariwisata lokal masih belum menyadari peran inovasi dan teknologi untuk memaksimalkan aktivitas dan *brand* UMKM di mata calon konsumen.
3. Tantangan utama yang dihadapi pelaku industri kreatif di Kabupaten Banyuwangi adalah permodalan. Sebagian besar pengembangan destinasi wisata lokal dilakukan dengan modal yang sangat minim dan hanya mengandalkan daya tarik pariwisata sebagai alat *branding* dan promosi. Kondisi yang sama juga terjadi di sektor UMKM, sebagian besar usaha UMKM dimulai dengan modal yang minim dan sulit untuk mengembangkan usahanya.
4. Minim informasi tentang tren pasar dan pelatihan atau *workshop* yang dibutuhkan untuk menunjang kapasitas UMKM dan pengembangan destinasi pariwisata.
5. Ketersediaan dan kesiapan infrastruktur pendukung industri kreatif masih sedikit dan tidak merata.
6. Minim peran masyarakat lokal, khususnya pelaku usaha terhadap penciptaan strategi atau kebijakan terkait UMKM dan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

Götz & Jankowska (2017) menyatakan bahwa salah satu ciri keberhasilan klaster pariwisata sebagai instrumen kebijakan pendorong industri ekonomi kreatif adalah mudah ditemuinya ekosistem digital di area tersebut. Adanya 6 hambatan pada pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi industri 4.0 pada klaster pariwisata Kawah Ijen menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem digital yang baik di Kabupaten

Banyuwangi belum berhasil sepenuhnya. Potensi yang ada di kawasan klaster Kawah Ijen, seperti modal alam dan kearifan lokal yang ada di dalam masyarakat lokal, belum sepenuhnya terintegrasi dan dimanfaatkan dengan baik.

Digitalisasi klaster pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi dan *brand* industri UMKM dan pariwisata. Teknologi pada klaster berfungsi sebagai instrumen komunitas integrasi kelembagaan para pemangku kepentingan aktivitas ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi yang tergabung dalam komunitas tertentu. Komunitas yang anggotanya terdiri dari pemangku kepentingan dan memiliki latar belakang berbeda-beda namun terintegrasi secara digital memiliki peran penting untuk melakukan koordinasi, kerjasama, dan komunikasi dalam menanggulangi kendala aplikasi strategi klaster pariwisata di Kabupaten Banyuwangi, melalui pengadaan komunitas seperti Gapoktan, BUMDes Bersama, Karang Taruna dan Komunitas KUKM (Koperasi dan Usaha Kecil Mengengah). Para pelaku usaha bisa mendapatkan informasi terkait tren pasar, pelatihan, dan permodalan yang mereka butuhkan untuk mengembangkan usaha industri kreatif. Sebaliknya, para investor dan pemerintah bisa mendapatkan informasi terkait destinasi pariwisata potensial yang perlu dikembangkan serta jenis-jenis pelatihan yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha dan masyarakat lokal untuk mengembangkan aktivitas ekonominya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki peran penting terhadap perkembangan industri ekonomi kreatif, khususnya jika klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki ekosistem digital berbasis teknologi industri 4.0. Perkembangan klaster pariwisata Kawah

Ihen memiliki dampak positif serta beberapa kendala dalam aplikasinya. Secara positif, klaster pariwisata dapat memotivasi para pemangku kepentingan untuk melakukan penciptaan destinasi pariwisata dan produk UMKM baru dengan memanfaatkan kearifan lokal dan keanekaragaman hayati yang ada di sekitar mereka, serta berusaha memperkenalkan hal tersebut kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan instrumen teknologi.

Kendala pada aplikasi pengembangan industri kreatif pada klaster Kawah Ijen disebabkan oleh beberapa hal, seperti pendekatan sosial yang kurang sesuai untuk meningkatkan daya saing industri ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi, rendahnya kualitas SDM masyarakat pedesaan, rendahnya modal yang digunakan untuk memulai usaha UMKM, serta akses permodalan diikuti dengan minimnya informasi terkait investasi, tren pasar, dan pelatihan yang dibutuhkan menunjang kapasitas UMKM dan pengembangan destinasi pariwisata lokal, serta minimnya infrastruktur yang ada di daerah pedesaan untuk menunjang aktivitas industri ekonomi kreatif. Kendala tersebut dapat diatasi melalui penguatan kelembagaan masyarakat lokal dan para pemangku kepentingan lainnya dalam wadah komunitas yang terintegrasi secara digital sehingga kebijakan klaster pariwisata akan lebih efektif dan dampak positif 2 (dua) arah terhadap industri ekonomi kreatif dan penciptaan ekosistem digital 4.0 di Kabupaten Banyuwangi.

Rekomendasi

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi kebijakan yang kami ajukan untuk mengatasi hambatan pada aplikasi pengembangan industri kreatif di era Industri 4.0 pada klaster Kawah Ijen.

- Penciptaan strategi baru menggunakan pendekatan bisnis yang memberi dampak sosial positif terhadap masyarakat lokal untuk meningkatkan

daya saing industri kreatif Kabupaten Banyuwangi.

- Peningkatan kualitas SDM masyarakat lokal melalui program seminar, pelatihan, dan *workshop* untuk memberi pemahaman pada para pelaku usaha terkait pentingnya pemanfaatan teknologi 4.0 sebagai fasilitas penunjang daya saing dan kapasitas ekonomi industri ekonomi kreatif di Kabupaten Banyuwangi.
- Pembentukan komunitas lokal yang anggotanya terdiri atas para pemangku kepentingan industri kreatif Kabupaten Banyuwangi yang terintegrasi secara digital. Komunitas akan menjadi instrumen digital untuk memberi informasi terkait permodalan, tren pasar, dan tren teknologi, seperti sosial media yang dibutuhkan untuk membidik konsumen yang tepat dalam promosi dan *branding* industri. Selain itu, komunitas juga berfungsi sebagai wadah sosial untuk melakukan transfer ilmu dan pertukaran informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* untuk menghindari strategi/kebijakan yang tumpang tindih dan merugikan satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasati, S. (2019, August 23). Apa Itu 10 Destinasi Wisata Prioritas? Tugas Lama untuk Wishnutama. *kompas.com*, <https://travel.kompas.com/read/2019/10/23/104726127/apa-itu-10-destinasi-wisata-prioritas-tugas-lama-untuk-wishnutama?page=all>
- Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Planoearth*, 3 (2), 57.
- BEKRAF. (2019). Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019. Jakarta.

- Beljai, M., Mutasib, E. K. S. H., & Sulistyantara, B. (2014). Konsep Penataan Lanskap Untuk Wisata Alam di Kawasan Taman Wisata Alam Sorong. *Journal of People and Environment*, 21 (3), 356–365.
- Boiko, M., Bosovska, M., Vedmid, N., Melnychenko, S., & Okhrimenko, A. (2017). Development of the tourism cluster. *Problems and Perspectives in Management*, 15 (4), 134–149.
- Borkowska-Niszczo, M. (2015). Tourism Clusters in Eastern Poland - Analysis of Selected Aspects of the Operation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 957–964.
- Budi, B. (2020). Era Revolusi Industri 4.0 Sebagai Solusi Meningkatkan Daya Saing Sektor Pariwisata di Indonesia. (December 2019).
- Damanik, J., & Weber, H. (2006). Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta: PUSPAR UGM.
- Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata. (2016). LAKIP 2016: Laporan Akuntabilitas Kinerja. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Fundeanu, D. D. (2015). Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 23 (October 2014), 744–749.
- Götz, M., & Jankowska, B. (2017). Clusters and Industry 4.0 – do they fit together? *European Planning Studies*, 25 (9), 1633–1653.
- Jackson, J. (2006). Developing regional tourism in China: The potential for activating business clusters in a socialist market economy. *Tourism Management*, 27 (4), 695–706.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). Laporan Kinerja. Jakarta.
- Lee, Y. J. A., Jang, S., & Kim, J. (2020). Tourism clusters and peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 83 (May), 102960.
- Milles, matthew b, & Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis* (2nd ed.). London: Sage Publication.
- OECD. (2014). Tourism and the creative economy. OECD, pp. 1–180.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. (2019a). Analisa Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Wilayah Pengembangan Pariwisata (WPP) III Sukamade, Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. (2019b). Kelembagaan Ijen Tourism Cluster Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. (2019c). *Master Plan: Pengembangan Creative HUB Community Based Tourism Kawasan Agrowisata Ijen Banyuwangi*. in Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi.
- Presiden Republik Indonesia. (2019). Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 80 Tahun 2019 Tentang Percepatan Pembangunan Ekonomi di Kawasan Gresik - Bangkalan - Mojokerto - Surabaya - Sidoarjo - Lamongan, Kawasan Bromo-Tengger-Semeru, Serta Kawasan Selingkar Wilis dan Lintas Selatan.
- Reed, M. S., Graves, A., Dandy, N., Posthumus, H., Hubacek, K., Morris, J., ... Stringer, L. C. (2009). Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management. *Journal of Environmental Management*, 90 (5), 1933–1949.

- Santoso, D. B., Handayani, D., & Ningsih, U. (2015). E-Tourism Warisan Budaya Kota Semarang dengan Memanfaatkan Web Service. *Dinamika Informatika*, 7 (1), 9–16.
- Setyanto, R. P. (2018). Value Chain Klaster Pariwisata Banyumas: Pendekatan Multiple Case Study. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20 (02), 1–13.
- Suminar Ayu, A., Dwihantoro, P., & Lokantara, I. G. W. (2020). Understanding Creative Economy Concept through Innovation Adopters Perspective. *Komunikator*, 12 (1), 11–23.
- Tenges, C. (2016). Peningkatan Daya Saing Kota Manado (Studi Kasus : Industri Pariwisata Kuliner Wakeke). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (02), 529–539.
- UNCTAD. (2005). E-tourism in developing countries: More links, fewer leaks. *Issues In Brief*, (6), 1–2.
- Zheng, J., & Chan, R. (2014). The impact of “creative industry clusters” on cultural and creative industry development in Shanghai. *City, Culture and Society*, 5 (1), 9–22.

**ANALISIS POTENSI WISATA MENGGUNAKAN INFORMASI
GEOGRAFIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA
BERKELANJUTAN BERBASIS MASYARAKAT DI DESA
SUMBERAGUNG, GROBOGAN, JAWA TENGAH**
*Tourism Potential Analysis Using Geographic Information and Community-
Based Sustainable Tourism Development Strategy in the Village
Sumberagung, Grobogan, Central Java*

Adifa Risa Bagasta^{1*}, Cahya Iswara², Adesty Lasally³

¹Program Studi Pascasarjana Biosains, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

²Program Studi Geologi, Institut Sains & Teknologi Akprind Yogyakarta, Indonesia

³Program Studi Perhotelan, Universitas Mahakarya Asia Yogyakarta, Indonesia

Email: adifarisa9@gmail.com

Diterima: 19 Mei 2021. Disetujui: 23 September 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan potensi wisata Desa Sumberagung dan pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Informasi geografis diperlukan untuk mengetahui persebaran potensi wisata dan melakukan inventarisasi potensi serta objek wisata di Desa Sumberagung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi potensi wisata Desa Sumberagung dan pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Data penelitian ini berupa titik koordinat potensi dan objek wisata, hasil wawancara, dan foto potensi dan objek wisata. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Desa Sumberagung memiliki Sumber Daya Alam yang mampu dikembangkan menjadi objek wisata dan menarik wisatawan. Pengelolaan pariwisata di Desa Sumberagung kurang optimal karena belum ada keterlibatan masyarakat secara penuh untuk mengembangkan dan mengelola potensi wisata Desa Sumberagung. Rekomendasi diberikan guna memberikan referensi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata Desa Sumberagung khususnya pengembangan berbasis masyarakat.

Kata Kunci: Potensi wisata, Pariwisata berkelanjutan, Masyarakat.

Abstract

The research aims to map the tourism potential of Sumberagung Village and the development of community-based sustainable tourism. Geographical information is needed to determine the distribution of tourism potential and to do an inventory of tourism potentials and attractions in Sumberagung Village. The research method used is a qualitative method with descriptive analysis to identify the tourism potential of Sumberagung Village and community-based sustainable tourism development. The research data is the coordinates of the potential and tourist objects, the results of interviews and photos of potential and tourist objects. The result of the research is that Sumberagung Village has natural resources that can be developed into tourist objects and can attract tourists. The management of tourism in Sumberagung Village is not optimal because there is no full community involvement in developing and managing the tourism potential of Sumberagung Village. Recommendations are given to provide references in the management and development of tourism in Sumberagung Village, mainly community-based development.

Key words: Tourism potential, Sustainable tourism, Community

PENDAHULUAN

Desa Sumberagung terletak di Kecamatan Ngarangan, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Desa Sumberagung memiliki jarak 12 km dari pusat kecamatan dan 45 km dari pusat kabupaten. Letak geografis desa Sumberagung adalah 07°59'11" LS, 111°09'36" BT. Luas wilayah desa Sumberagung adalah 2.238,788 ha yang terdiri atas pemukiman, wilayah hutan, persawahan, tempat usaha, dan pemakaman.

Potensi wisata di desa Sumberagung memerlukan perkembangan yang berkelanjutan untuk menarik minat wisatawan dan memperbaiki kualitas dari objek wisata (Manuel et al., 2019). Peningkatan kualitas dari objek wisata berdampak positif bagi tingkat kunjungan wisatawan (Aurel, Simina, 2016). Desa Sumberagung berada di bentang wilayah yang memiliki banyak potensi wisata. Objek wisata yang mulai dikembangkan adalah objek wisata Sendang Wangi dan Jowo Dhuwur View. Sendang Wangi merupakan objek wisata unik, yaitu berupa sendang atau sumber air yang memiliki bau belerang, tidak berasa, dan berwarna biru. Jowo Dhuwur View merupakan objek wisata berbasis alam dengan pemandangan yang indah dan telah dikelola oleh swasta.

Desa Sumberagung memiliki potensi wisata yang tinggi, seperti wilayah hutan dan lanskap yang indah serta berada di ketinggian dibandingkan daerah sekitar. Selain itu, kearifan lokal yang kental masih terasa dari budaya, kebiasaan masyarakat, dan makanan tradisional (Gstaettner et al., 2016). Keunggulan seperti lanskap, kearifan lokal, dan budaya mampu menarik wisatawan dan berpotensi menjadi objek wisata (Komariah, 2018). Metode yang digunakan untuk mengetahui cakupan potensi wisata serta objek wisata ialah dengan cara pemetaan (Brown, 2006). Dalam hal ini adalah pemetaan potensi objek wisata pada Desa Sumberagung.

Penyampaian informasi dengan bantuan informasi geografis mampu mempermudah wisatawan untuk mengetahui objek (Wei, 2012). Informasi geografis salah satunya berbentuk peta (Queralt & Witte, 1998). Pemetaan objek wisata digunakan untuk mengetahui cakupan luas lokasi dan objek wisata maupun potensi wisata (Sugiarto, Sofyan, Jayadianti, & Wibowo, 2020). Objek wisata yang dipetakan merupakan objek wisata yang telah dikelola dan potensi wisata

merupakan tempat yang memiliki peluang untuk menjadi objek wisata yang dikomersialkan (Nahuelhual, Carmona, Lozada, Jaramillo, & Aguayo, 2013). Analisis potensi wisata bertujuan untuk menambah inventarisasi objek wisata yang mampu dikelola masyarakat (Clarke, 1993) dan mampu menyejahterakan kehidupan masyarakat (Jaelani, dan Handayani, 2020).

Inventarisasi objek wisata menambah keberagaman jenis wisata dari suatu wilayah (Ridwan, 2019). Pengembangan potensi wisata dilakukan berdasarkan Indicator Sustainable Tourism dari World Tourism Organization (UNWTO). Indicator Sustainable Tourism digunakan sebagai dasar untuk mengetahui karakteristik potensi wisata di Desa Sumberagung dan target pengembangan utama untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan (Torres-delgado, 2014). Indikator pengembangan pariwisata menurut UNWTO adalah kesejahteraan tuan rumah, terlindunginya aset budaya, partisipasi masyarakat, jaminan kesehatan dan keselamatan, manfaat ekonomi, perlindungan aset alam, pengelolaan sumber daya alam langka, pembatasan dampak, perencanaan dan pengendalian pembangunan. Daya tarik wisatawan untuk berkunjung pada sebuah objek wisata menurut Obie (2020) dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar yaitu: 1) natural attractions meliputi sumber daya alam baik biotik maupun abiotik, 2) build attractions meliputi sekelompok bangunan atau arsitektur menarik seperti rumah adat dan bangunan modern, dan 3) cultural attractions meliputi cerita rakyat peninggalan sejarah kesenian keagamaan yang kental dan juga menjadi ciri khas pariwisata di Indonesia.

Strategi pengembangan pariwisata yang mampu meningkatkan minat wisatawan dan memberi fasilitas kepada wisatawan harus berawal dari masyarakat sekitar objek wisata (Pareta, 2013). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism (CBT) merupakan prinsip utama dalam memajukan potensi objek wisata dengan menggerakkan masyarakat sekitar untuk peduli dan bekerjasama untuk pengembangan objek wisata (Permin, Norn, & Kruse, 1997). Objek wisata di Desa Sumberagung dikelola oleh masyarakat sekitar yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Pokdarwis Desa Sumberagung memiliki fokus dalam pengembangan pariwisata berbasis

sumber daya alam namun pengembangannya kurang optimal karena kurangnya kesadaran sebagian masyarakat dalam memperhatikan objek wisata dan kurangnya individu dalam pengelolaan. Masyarakat masih lebih memilih bertani atau merantau sehingga objek wisata dan potensial wisata tidak diperhatikan dengan baik. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memetakan potensi wisata dan mengetahui karakteristik potensi wisata di Desa Sumberagung sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis data, yaitu analisis deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan di Desa Sumberagung, Kecamatan Ngarangan, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Prosedur penelitian meliputi proses perencanaan, yaitu mengenai pertanyaan wawancara, dan pengumpulan informasi tata letak dari Desa Sumberagung dan persebaran objek wisata yang ada. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan observasi lapangan dan pengumpulan data berupa hasil wawancara, foto *lanskap*, dan titik persebaran potensi wisata di Desa Sumberagung. Tahap analisis data beserta reduksi dilakukan berdasarkan tujuan penelitian. Data penelitian diperoleh dalam bentuk titik koordinat objek wisata sebagai dasar pemetaan yang didapat dari observasi lapangan, foto lanskap wilayah kajian, potensi objek wisata, rencana pengembangan objek wisata, pengelolaan, dan aksi masyarakat untuk pariwisata yang diperoleh dari wawancara Pokdarwis dan observasi langsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai Pokdarwis atau

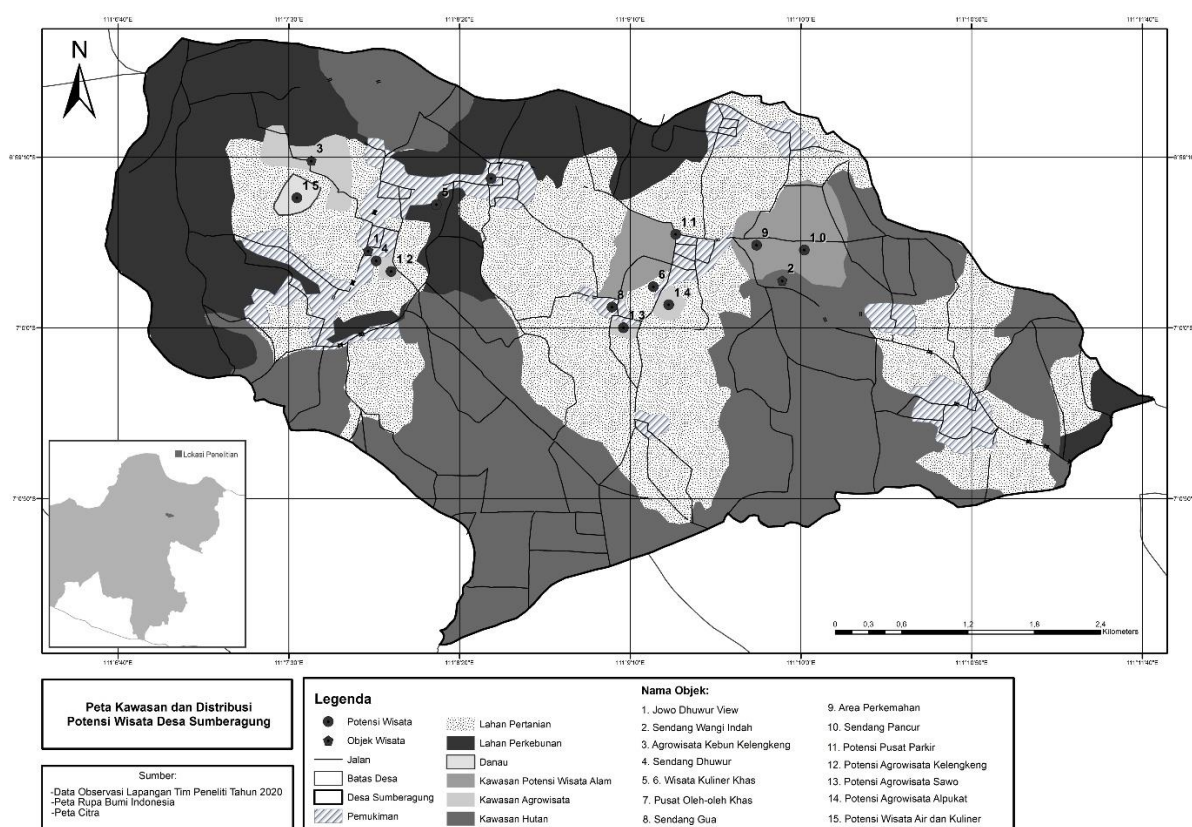
masyarakat sekitar melalui teknik wawancara terbuka dan terstruktur dengan teknik snow ball serta observasi langsung pada titik potensi wisata di Desa Sumberagung. Data pendukung menggunakan studi literatur untuk memperkuat data utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Wisata Desa Sumberagung dengan Informasi Geografis

Potensi wisata Desa Sumberagung dengan informasi geografis dipilih untuk memudahkan dalam memaparkan sebaran potensi wisata (Rahayuningsih, Muntasib, & Budi, 2016). Informasi geografis merupakan alat untuk memperjelas sebaran dengan interpretasi kondisi kawasan aslinya (Ghorbanzadeh, Pourmoradian, & Blaschke, 2019). Desa Sumberagung memiliki potensi wisata yang mampu menjadi peluang untuk masyarakat sekitar demi meningkatkan kesejahteraan.

Potensi wisata dari Desa Sumberagung dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar, yaitu potensi wisata alami, potensi wisata buatan, dan potensi wisata edukasi. Potensi wisata Desa Sumberagung mampu dikembangkan menjadi objek wisata yang khas dan berpotensi menarik wisatawan. Pengembangan potensi wisata terkait dengan berbagai pihak, dari masyarakat lokal sampai pihak pemerintah, dan sumber pendanaan (Fundeanu, 2015). Pariwisata yang dikelola masyarakat mampu menjadi pusat kegiatan dan pemerataan penghasilan dari bidang pariwisata (Lekaota, 2015). Informasi kawasan dan sebaran potensi wisata dari Desa Sumberagung disajikan pada Gambar. 1.



Gambar 1. Sebaran Potensi Wisata Desa Sumberagung

Berdasarkan data informasi geografis pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa kawasan terbesar dari Desa Sumberagung adalah lahan persawahan, lahan perkebunan, dan kawasan hutan. Kekayaan alam menjadi potensi yang baik untuk pengembangan desa wisata (Kim et al., 2015). Desa Sumberagung memiliki potensi wisata yang tersebar secara merata dan memiliki 3 objek wisata yang telah dikenal masyarakat, yaitu Sendang Wangi Indah, Jowo Dhuwur View, dan Agrowisata Kebun Kelengkeng.

Objek wisata Sendang Wangi Indah memiliki ciri khas, yaitu sumber air alami yang mengandung sulfur atau belerang rendah dengan bau khas yang dipercaya masyarakat sebagai sarana penyembuhan penyakit kulit. Selain itu, cerita rakyat mengenai Sendang Wangi Indah masih berkaitan dengan kejayaan Kerajaan Demak. Keunikan lain dari Sendang Wangi Indah adalah lokasinya jauh dari gunung berapi namun memiliki sumber air dengan kadar belerang atau sulfur dan beraroma khas. Objek wisata lainnya adalah Jowo Dhuwur View, yakni objek wisata semibuatan yang memadukan pemandangan alam dengan bangunan, dekorasi modern, dan

agrowisata kebun kelengkeng dengan luas sekitar 6 ha dengan konsep wisata dan edukasi.

Desa Sumberagung memiliki banyak jenis potensi wisata, yaitu Sendang Gua, Sendang Pancur, Sendang Dhuwur. Sendang merupakan sumber air alami yang biasa muncul di dalam tanah dan memiliki kualitas air yang jernih (Suwarno, 2021). Sendang di Desa Sumberagung kebanyakan hanya dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai sumber air bagi kebutuhan sehari-hari. Kekayaan alam sumber mata air mampu dimanfaatkan (Folgado-Fernández, Di-Clemente, 2019) dan dikembangkan menjadi objek wisata berbasis alam (Cole, 2015), kolam alami, dan dimodifikasi sehingga mampu menarik minat wisatawan. Potensi wisata lainnya berada pada kawasan hutan dan kawasan persawahan. Potensi wisata yang mampu dikembangkan pada kawasan hutan adalah area bumi perkemahan dan dapat dikembangkan dengan fasilitas kegiatan luar ruangan lainnya, seperti *outbond* dan penunjang lainnya (Smith et al., 2018). Kawasan hutan terdapat jalur *tracking* pendek atau rute bersepeda di tengah hutan jati yang dapat dimanfaatkan dan memiliki nilai jual. Kawasan persawahan memiliki potensi jalur *tracking* pagi di area

persawahan dan mampu dikembangkan menjadi wisata edukasi penanaman padi untuk mengetahui budaya masyarakat dalam bertani. Wisata *tracking* mampu menarik wisatawan khususnya wisatawan asing (Gurung, 2008).

Potensi wisata lainnya dari Desa Sumberagung adalah agrowisata. Agrowisata merupakan pariwisata yang berkonsep pertanian dan mengintegrasikan nilai pendidikan (Romanenko, 2020). Kawasan Desa Sumberagung memiliki lingkungan yang mendukung baik pertumbuhan tanaman buah. Dengan demikian, kawasan Desa Sumberagung memiliki banyak potensi kawasan agrowisata buah, contohnya agrowisata buah kelengkeng, agrowisata buah sawo, dan agrowisata buah alpukat. Potensi wisata bidang agrowisata mampu menjadi wisata unggulan yang menyajikan sarana pariwisata sambil belajar (Macfarland, 2019).

Desa Sumberagung didukung potensi wisata kuliner khas yang jarang ditemukan di daerah lain, yaitu masakan nasi jagung goreng. Nasi ini merupakan olahan dari jagung yang digiling dan diproses sedemikian rupa sehingga menyerupai nasi yang diolah lagi dengan cara digoreng. Wisata kuliner mampu menjadi daya tarik penunjang atau bahkan tujuan utama wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek (Seyitoğlu, 2020). Potensi lainnya adalah pusat oleh-oleh khas Desa Sumberagung, yaitu olahan kacang mete/*cashew nuts*. Desa Sumberagung merupakan salah satu daerah penghasil kacang mete dari tumbuhan yang dikenal jambu monyet (*Anacardium occidentale*).

Rekomendasi Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Sumberagung

Pengelolaan lebih lanjut dan pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan. Pariwisata berkelanjutan merupakan upaya atau konsep jangka panjang dari sebuah pengelolaan pariwisata dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan kelestarian lingkungan, berlaku untuk masa kini dan masa yang akan datang (UNWTO). *Sustainable development* menurut Munt & Moforth (1998) meliputi 3 komponen penting, yaitu 1) *ecological sustainable*, yaitu kajian bentang alam dengan mempertimbangkan semua dampak

pengembangan pariwisata terhadap keseimbangan alam karena pengembangan pariwisata harus disertai upaya pelestarian alam menjaga sumber daya alam; 2) *social adaptability*, yaitu kemampuan beradaptasi masyarakat akan adanya pengembangan dalam bidang pariwisata karena harus melibatkan sosial masyarakat, sehingga sangat diperlukan contohnya: pengembangan rumah masyarakat untuk *guesthouse*, objek wisata budaya masyarakat lokal, dan kawasan sosial ekonomi seperti pasar tradisional; dan 3) *cultural sustainability*, yaitu pengembangan pariwisata tidak memberi pengaruh perubahan atau dampak negatif terhadap kebudayaan masyarakat sekitar dan mampu mengembangkan kebudayaan lokal sebagai daya tarik wisatawan.

Kebudayaan merupakan salah satu daya tarik wisata, khususnya Indonesia. Pengembangan wisata untuk komponen kultural mampu dilakukan dengan menyajikan unsur legenda mitologi daerah, cerita folklor, asal usul desa, dan upaya-upaya yang dilakukan masyarakat untuk mempertahankan suatu kebudayaan tradisional.

Pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism (CBT)* merupakan upaya untuk melibatkan masyarakat di sekitar objek wisata untuk bersama mengembangkan pariwisata (Okazaki, 2008). Masyarakat lokal memiliki peran penting dalam pengelolaan (Amerta, 2017) dan menjaga kelestarian lingkungan sekitar objek pariwisata agar tetap memperhatikan kelestarian lingkungan (Ghoddousi, Pintassilgo & Mendes, 2018). Selain itu, keterlibatan dalam sektor pariwisata akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Optimalisasi pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat memiliki beberapa konsep penting menurut Okazaki, (2008) yaitu partisipasi masyarakat, *enterpeunership* dalam pariwisata, peran masyarakat untuk konservasi lingkungan, dan peran *local leader* dalam pengembangan pariwisata. Konsep penting dalam partisipasi masyarakat dan *enterpunership* mampu ditingkatkan dalam skala rumah tangga dengan mengembangkan wisata makanan lokal, dan menyajikan sarana edukasi untuk melihat langsung pembuatan makanan lokal dengan

experience ikut dalam proses pembuatan. Optimalisasi pengembangan wisata juga mampu dilakukan dengan wisata *insitu kultur* dengan mengadopsi budaya sekitar (Liu, 2014) untuk disajikan kepada wisatawan dan menambah kekayaan budaya yang disajikan dalam suatu kompleks wisata.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di Desa Sumberagung harus lebih ditingkatkan untuk mengajak seluruh elemen masyarakat untuk sadar wisata. Daerah dengan kepemilikan sumber daya alam yang melimpah sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai objek wisata yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar (Fennell, 2000). Masyarakat harus lebih menyadari potensi wisata di Desa Sumberagung yang dapat dikembangkan sehingga mampu menopang kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

Desa Sumberagung memiliki banyak sumber daya alam yang sebagian besar belum dikembangkan bahkan belum disadari oleh masyarakat. Masyarakat Desa Sumberagung memiliki keramah-tamahan yang baik, kebiasaan bertani yang mampu dimanfaatkan sebagai *agroedutourism* (Ghimire, Centre, & Asia, 2011), dan wisata kuliner khas yang hanya ditemui di Desa Sumberagung. Apabila hal itu dikembangkan, desa ini akan mampu menjadi desa wisata yang dapat menyejahterakan masyarakat.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat mengacu pada 7 indikator menurut Keliwar, (2013), yaitu pengelolaan fasilitas, aksesibilitas, promosi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat, kelestarian alam, dan budaya. Berdasarkan indikator tersebut, pengelolaan pariwisata di Desa Sumberagung belum memenuhi kriteria pengembangan wisata yang berkelanjutan berbasis masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat merupakan dasar untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat (Piartrini, 2018). Masyarakat berperan penting dalam pengelolaan, aksesibilitas, penyedia jasa, dan kelestarian alam (Sutawa, 2012). Keterlibatan masyarakat sekitar sangat penting karena Desa Sumberagung memiliki potensi wisata yang masih mampu dikembangkan lagi dan perlu peran aktif dari masyarakat Desa Sumberagung.

Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) sangat dibutuhkan melalui edukasi kepada masyarakat secara langsung atau memberipercontohan serta sosialisasi dari pemerintah setempat sehingga masyarakat sadar akan potensi wisata yang dapat dikembangkan.

Rekomendasi yang diberikan adalah eksplorasi potensi wisata yang tertera pada Gambar. 1 (Pemetaan potensi wisata) sehingga mampu digunakan dan dibuka sebagai objek wisata pendamping dari objek wisata utama.

Promosi wisata Desa Sumberagung masih perlu ditingkatkan mampu menarik wisatawan untuk mengunjungi Desa Sumberagung. Masyarakat pengelola wisata Desa Sumberagung mampu memanfaatkan media sosial, media cetak, dan bekerjasama dengan pemerintah setempat untuk meningkatkan promosi wisata (Zeng & Gerritsen, 2014). Desa Sumberagung. Promosi pariwisata dilakukan untuk memberitahukan atau meningkatkan jumlah wisatawan agar tertarik berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan (Edwards & Curado, 2003). Dengan demikian, promosi dilakukan secara efektif dan tepat sasaran karena wisatawan mempunyai kemampuan dan keinginan yang berbeda-beda (Madasu, 2013).

Pengembangan usaha masyarakat sangat dibutuhkan. Usaha masyarakat yang memberi fasilitas atau barang sangat diperlukan guna meningkatkan daya beli wisatawan serta kesejahteraan masyarakat (Peric, 2017). Penjualan seperti cenderamata, oleh-oleh khas, atau wisata kuliner masih perlu ditingkatkan kuantitasnya. Pembagian zonasi dapat dilakukan untuk persebaran titik pelaku usaha dan memenuhi daya beli wisatawan di setiap persebaran zonasi wisata (Job, Becken, & Lane, 2017).

Pengembangan kawasan pertanian dapat dijadikan sebagai salah satu objek wisata Desa Sumberagung. Kawasan pertanian mampu memberi pengalaman pariwisata sekaligus mengedukasi wisatawan (Liang, You, Ji, & Chen, 2020). Pembuatan jalur *tracking* mengelilingi persawahan, pengalaman menanam padi, pengalaman membajak sawah, hingga menikmati makanan khas di gubuk tengah persawahan merupakan konsep matang dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata kawasan

pertanian. *Agroedutourism* mampu memberi edukasi, khususnya pada anak-anak, untuk memahami proses penanaman padi sebagai penghasil beras dan menghargai jasa para petani (Belias, Velissariou, & Kyriakou, 2018).

Pengembangan kawasan hutan Desa Sumberagung perlu di eksplorasi lebih jauh. Desa Sumberagung memiliki kawasan hutan luas yang didominasi hutan pohon jati. Kawasan hutan jati memiliki jalan setapak yang dapat digunakan sebagai objek wisata *soft tracking* atau lintasan sepeda dalam hutan atau *down hill*. Kawasan hutan juga memiliki daya tarik yang menjual, yaitu wisata biodiversitas burung (Panuela & Winton, 2017). Kegiatan *bird watching* dapat dilakukan dengan jalur *soft tracking* (Istomina & Luzhkova, 2016) yang telah ditentukan. Kawasan hutan Desa Sumberagung memiliki *camp ground* (Gambar 1.) yang dapat dikembangkan untuk wisata *camping* dan *outbond* bagi wisatawan dengan suasana hutan yang asri. Lokasi *camp ground* juga berdekatan dengan sumber air sehingga mampu mengakomodasi kebutuhan air untuk perkemahan.

Pengembangan sendang atau sumber air Desa Sumberagung diperlukan untuk menambah inventarisasi objek wisata. Objek wisata sumber air yang telah dikelola hanya Sendang Wangi Indah dan merupakan sumber air dengan aroma belerang. Akan tetapi, tidak semua wisatawan tahan dengan bau belerang pada Sendang Wangi Indah, sehingga diperlukan pengembangan dan pengelolaan sumber air nonbelerang untuk dijadikan objek wisata. Desa Sumberagung memiliki banyak sumber air dengan kekhasan masing-masing. Sumber air Desa Sumberagung dapat dikembangkan menjadi kolam renang alami (Febriana, 2015) yang lebih dipilih wisatawan karena kolam renang komersial memiliki kandungan kaporit tinggi. Pengembangan wisata sumber air perlu dukungan dari pemerintah atau investor serta pengelolaan berkelanjutan dari masyarakat sekitar dan memperhatikan kelestarian alam.

SIMPULAN

Desa Sumberagung memiliki potensi wisata yang strategis untuk dikembangkan secara menyeluruh untuk menjadi objek wisata berbasis

alam. Potensi wisata sumber air sebagai ikon Desa Sumberagung dapat dikembangkan menjadi kolam renang alami. Potensi wisata lainnya juga perlu dikembangkan, seperti potensi agrowisata, potensi wisata kawasan hutan dan pertanian, serta usaha masyarakat, seperti oleh-oleh khas dan kuliner khas Desa Sumberagung. Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat dapat terus dilakukan. Pengembangan berfokus pada sumber daya manusia untuk lebih sadar wisata dengan memperhatikan indikator *sustainable tourism* dan mewujudkan kawasan pariwisata kompleks yang mampu menjadi mata pencaharian masyarakat. Pengembangan pariwisata tidak lepas dari dukungan para *stakeholder* terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, I. M. S. (2017). The Role of Tourism Stakeholders at Jasri Tourism Village Development, Karangasem Regency. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1 (2), 20–28.
- Aurel, M., Simina, A., & T, Ş. (2016). Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Social and Behavioral Science*, 221, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.118>.
- Belias, D., Velissariou, E., & Kyriakou, D. (2018). Tourism Consumer Behavior and Alternative Tourism: The Case of Agrotourism in Greece. *Innovative Approaches to Tourism and Leisure*, 465–478.
- Brown, G. (2006). Mapping Landscape Values and Development Preferences: a Method for Tourism and Residential Development Planning. *International Journal of Tourism Research*, 113, 101–113.
- Clarke, H. R. (1993). Tourism, Economic Welfare and Efficient Pricing. *Annals of Tourism Research*, 20, 613–632.
- Dhan Gurung, K. S. (2008). Ecotourism in Bhutan Extending its Benefits to Rural Communities. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 489–508. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.02.004>.
- Edwards, P., & Curado, A. (2003). The Promotion

- of Tourism through Key Concepts and Specific Discourse. *LSP & Professional Communication*, 3 (1), 26–42.
- Febriana, W. W. (2015). Persepsi Wisatawan tentang Daya Tarik Wisata Pemandian TirtaAlami Kabupaten Padang Pariaman. *Journal of Home Economics and Tourism*.
- Fennell, D. A. (2000). What *â€™*s in a Name? Conceptualizing Natural Resource-Based Tourism What *â€™*s in a Name? Conceptualizing Natural Resource-Based Tourism. *Tourism Recreation Research*, 25 (1), 97–100. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014903>.
- Fundeanu, D. D. (2015). Innovative Regional Cluster , Model of Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 23, 744–749. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00501-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00501-8).
- Ghimire, S., Centre, N., & Asia, S. (2011). Community Participation For Environment-friendly Tourism : The Avenue For Local Peace. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 2 (1), 55–69.
- Ghoddousi, S., Pintassilgo, P., Mendes, J., & Ghoddousi, A. (2018). Tourism and nature conservation : A case study in Golestan National Park , Iran. *Tourism Management Perspectives*, 26, 20–27. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.006>.
- Ghorbanzadeh, O., Pourmoradian, S., & Blaschke, T. (2019). Mapping potential nature-based tourism areas by applying GIS-decision making systems in East. *Journal of Ecotourism*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1597876>.
- Gstaettner, A. M., Lee, D., Rodger, K., Maria, A., Lee, D., & Rodger, K. (2016). Current Issues in Tourism The concept of risk in nature-based tourism and recreation – a systematic literature review. *Current Issues in Tourism*, 0 (0), 1–26. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1244174>.
- Henrik Permin, Svend Norn, Edith Kruse, P. R. K. (1997). On the history of Cinchona bark in the treatment of Malaria. *Annnals of Tourism Research*, 24 (3), 566–591.
- Henrik Permin, Svend Norn, Edith Kruse, P. R. K. (2013). Pola Pengelolaan Ekowisata Berbasis Komunitas di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5, 110–125.
- Henrik Permin, Svend Norn, Edith Kruse, P. R. K. (2016). On the history of Cinchona bark in the treatment of Malaria. *Medicinhist Arbog*, 9–30.
- Istomina, E. A., & Luzhkova, N. M. (2016). Birdwatching Tourism Infrastructure Planning in the Ria Formosa Natural Park (Portugal). *Geography and Natural Resources*, 37 (4), 371–378. <https://doi.org/10.1134/S1875372816040120>.
- Jaelani, A. K., I Gusti Ayu Ketut Rachmi Handayani, L. K. (2020). Development of Tourism Based on Geographic Indication Towards to Welfare State. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29 (3), 1227–1234.
- Job, H., Becken, S., & Lane, B. (2017). Protected Areas in a neoliberal world and the role of tourism in supporting conservation and sustainable development : an assessment of strategic planning , zoning , impact monitoring , and tourism management at natural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 25 (12), 1697–1718. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377432>.
- José Antonio Folgado-Fernández , Elide Di-Clemente, J. M. H.-M. and A. M. C.-C. (2019). Water Tourism : A New Strategy for the Sustainable Management of Water-Based Ecosystems and. *Land*, 8 (2). <https://doi.org/10.3390/land8010002>.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., Ahn, K., Kim, H., ... Kim, J. (2015). Nature-Based Tourism : Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.997958>.
- Komariah, N. (2018). Development of Tourist Village Based on Local Wisdom. *Journal of Enviromental Management and Tourism*, IX(6), 14505. [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.6\(30\).05](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.6(30).05).

- Lekaota, L. (2015). The importance of rural communities' participation in the management of tourism management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7 (5), 435–462.
- Liu, Y. (2014). Cultural Events and Cultural Tourism Development : Lessons from the European Capitals of Culture Cultural Events and Cultural Tourism Development : Lessons from the European Capitals of Culture. *European Planning Studies*, (November), 37–41. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.752442>.
- Macfarland, G. (2019). Correlation between Creative Tourism and Agrotourism Services Experiences: An Empirical Research in the Mexican Rural Tourism Environment. *Journal of Applied Business and Economics*, 21 (2).
- Madasu. (2013). Social Media Marketing and Promoting of Tourism. *Management Insight*.
- Manuel, J., Martínez, G., María, J., Martín, M., Antonio, J., Fernández, S., & Mogorón-guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165–174. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>.
- Munt, & Moforth. (2003). Tourism and Sustainability. *Horizontes Antropologicos*, 9 (20), 185–203.
- Nahuelhual, L., Carmona, A., Lozada, P., Jaramillo, A., & Aguayo, M. (2013). Mapping recreation and ecotourism as a cultural ecosystem service : An application at the local level in Southern Chile. *Applied Geography*, 40, 71–82. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.12.004>.
- Obie, M. (2020). Cultural and Natural Resources as a Tourism Destination in Gorontalo Regency-Indonesia: Its Potentials, Problemss, and Development. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 6 (2), 01–07. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2019.621>.
- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model : Its Conception and Use A Community-Based Tourism Model : *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511–529. <https://doi.org/10.2167/jost782.0>.
- Pareta, K. (2013). Remote Sensing and GIS Based Site Suitability Analysis for Tourism Development. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Applied Sciences*, 2 (5), 43–58.
- Peric, M. (2017). Organising for community-based tourism : Comparing attitudes of local residents and local tourism entrepreneurs in Ravna. *Local Economy*, 32 (7), 678–691. <https://doi.org/10.1177/0269094217734811>
- Piartrini, P. S. (2018). The Relationship Among Community Based Tourism Application , Community Attitude , Community Empowerment and Community Life Satisfaction. *E-Journal of Tourism*, 5 (2), 130–143.
- Queralt, M., & Witte, A. D. (1998). A Map for You ? Geographic Information Systems in the Social Services. *Social Work*, 43 (5), 455–469.
- Rahayuningsih, T., Muntasib, E. K. S. H., & Budi, L. (2016). Nature Based Tourism Resources Assessment Using Geographic Information System (GIS) : Case Study in Bogor. *Procedia Enviromental Sciences*, 33, 365–375. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2016.03.087>.
- Ridwan, M. (2019). Inventory of Tourism Object Based on Sinjai District Geographic Information System. *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata*, 122.
- Romanenko, Y. O. (2020). AGRO-TOURISM ACTIVITIES. *International Journal of Management (IJM)*, 11 (4), 605–613.
- Rong, A., Liang, D., You, Y., Ji, D., & Chen, P. (2020). Journal of Hospitality and Tourism Management Case studies on co-branding and farm tourism : Best match between farm image and experience activities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42 (November 2019), 107–118. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.11.009>.
- Seyitoğlu, F. (2020). Tourist Experiences of Guided Culinary Tours : The Case of Istanbul Tourist Experiences of Guided

- Culinary Tours : The Case of. *Journal of Culinary Science & Technology*, 0 (0), 1–22.
<https://doi.org/10.1080/15428052.2020.1712289>.
- Smith, A., Robbins, D., Dickinson, J. E., Smith, A., Robbins, D., Defining, J. E. D., ... Dickinson, J. E. (2018). Defining sustainable transport in rural tourism : experiences from the New Forest. *Journal of Sustainable Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1401633>.
- Stroma Cole, M. B. (2015). Tourism and Water Inequity in Bali : A Social-Ecological Systems Analysis. *Human Ecology*, 43(3).
<https://doi.org/10.1007/s10745-015-9739-z>.
- Sugiarto, M., Sofyan, H., Jayadianti, H., & Wibowo, R. (2020). Mapping Of Village Tourism Potential In The Framework Of Implementing Community-Based Tourism. *PSS*, 1 (1), 218–229.
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 4 (Icsmed), 413–422.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00356-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00356-5).
- Suwarno, Teguh Pramono, D. S. (2021). Pemberdayaan Sendang Markinah di era wabah Covid 19 dalam upaya peningkatan kesejahteraan Masyarakat di Desa Plaosan, Wates Kabupaten Kediri Jawa Timur. *Dinamika Hukum Dan Masyarakat*, 3 (1).
<http://dx.doi.org/10.30737/dhm.v1i1.1587.g1381>.
- Torres-delgado, A. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development : a review. *Tourism Geographies : An International Journal of Tourism Space , Place and Enviroment*, 16 (1), 37–47.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530>.
- Wei, W. (2012). Research on the Application of Geographic Information System in Tourism Management *. *Procedia Enviromental Sciences*, 12 (Icese 2011), 1104–1109.
<https://doi.org/10.1016/j.proenv.2012.01.394>.
- Winton, P. &. (2017). Economic and Conservation Potential of Bird-Watching Tourism in Postconflict Colombia. *Tropical Conservation Science*, 10, 1–6.
<https://doi.org/10.1177/1940082917733862>.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism ? A review. *Tourism Management Perspective*, 10, 27–36.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>.

MINAT BERWISATA KAUM MILENIAL DI ERA NEW NORMAL

Millennials Interest in Touring in The New Normal Era

Ramayani¹ Yusuf², Mira Veranita²

¹Politeknik Piksi Ganesha, Bandung, Indonesia

²Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

³Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

Email: yusuframayani1907459@upi.edu

Diterima: 18 Pebruari 2021. Disetujui: 7 Nopember 2021. Dipublikasikan: Desember 2021

Abstrak

Sejak pandemi Covid-19 merebak, keinginan generasi milenial terhadap pariwisata harus tertahan. Pemerintah telah memberlakukan banyak pembatasan kegiatan sosial untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Padahal, menurut beberapa penelitian, sebelum pandemi ini melanda, kaum milenial melakukan perjalanan setidaknya setahun sekali. Dunia pariwisata merupakan sektor yang paling rentan terhadap krisis dan bencana, termasuk krisis kesehatan yang kita hadapi. Padahal para milenial ini merupakan kelompok yang cukup andal untuk meramaikan dunia traveling, kunjungan wisata, dan mendukung perkembangan pariwisata di Indonesia. Kedekatan mereka dengan dunia dengan perkembangan teknologi digital, bisnis online dan media sosial sangat membantu penyebaran informasi tentang pariwisata, tidak hanya pariwisata nasional, tetapi juga internasional. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan mulai tanggal 11 Mei sampai dengan 28 Juni 2021 dengan sampel sebanyak 312 kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa destinasi lokal yang paling diminati kaum milenial saat ini adalah Pantai Pangandaran. Pemerintah Daerah Pangandaran khususnya Dinas Pariwisata, tentunya sudah mulai bersiap menyambut kunjungan wisatawan khususnya dari kalangan Milenial. Pariwisata Pangandaran tidak hanya harus menyiapkan objek wisata yang lebih instagramable, fasilitas yang lebih menarik dengan SDM yang siap membantu dan melayani wisatawan dengan kualitas pelayanan yang baik tetapi juga terus melindungi dari ancaman penularan virus Covid-19.

Kata Kunci: Covid-19; Era New Normal; Kaum Milenial; Wisata

Abstract

Since the Covid-19 pandemic has spread, the millennial generation's desire for tourism has had stuck. The government enforces many restrictions on social activities to prevent the spread of the Covid-19 virus. In fact, according to several studies, before this pandemic hit, millennials traveled at least once a year. Tourism is the most vulnerable sector to crises and disasters, including the health crisis we are going through. Even though these millennials are a group that is reliable enough to enliven the world of traveling, tourist visits, and supporting the development of tourism in Indonesia. Their closeness to the world with the development of digital technology, online business, and social media helps information dissemination about tourism, not only national tourism; but also international.

The research method used by the researcher is a descriptive quantitative research method with a survey method using a questionnaire as a data collection tool. Data collection through questionnaires was carried out from May 11 to June 28, 2021, with a sample of 312 questionnaires. The analysis shows that the local destination that most attracts millennials today is Pangandaran Beach. Pangandaran Regional Government especially the Department of Tourism, must have started preparing to welcome tourist visits, particularly Millennials. Pangandaran tourism must prepare tourist objects that are more Instagram-able, more attractive facilities with human resources who are ready to help and serve tourists with good service quality but also continue to protect against the threat of transmission of the Covid-19 virus.

Keywords: Covid-19; Millennials; The New Normal Era; travel

© 2021 Direktorat Kajian Strategis

INTRODUCTION

In 2020, the global outbreak of Covid-19 had made an impact on a variety of different industries. (Veranita et al., 2021). In 2020, the global epidemic of Covid-19 had made a huge impact on a variety of other industries. Based on data in the Tourism Trends Book from the Ministry of Tourism and Creative Economy, since April 2020, foreign tourists entering Indonesia have fallen to 158,000 and continued to decline until now. The decline in tourist visits has also caused an impact on other sectors, such as transportation, tourism, catering, retail and entertainment. The World Tourism and Travel Council (WTTC) estimated that Covid-19 causes the global tourism industry to suffer huge losses totaling at least 22 billion dollars (Zhu et al., 2020)

The tourism industry has an essential role in the country's foreign exchange earnings. Therefore, effective communication about tourism in Indonesia is one of the influential aspects in promoting tourism in the archipelago. Furthermore, the ease of finding relevant information about a country's tourist destinations is a dominant factor influencing the number of tourists visiting the country (Nurfalah & Wihayati, 2000).

Everyone has a right to travel, even if you are a child or an elderly (Zelazo et al., 2008). However, the younger

generation, also known as millennials, possess the highest interest to travel. According to the observation conducted by Vina (2020), a millennial generation which consists of youngsters aged 20-39 years old, are commonly tech-savvy and familiar with tremendous varieties of mobile applications. On the other hand, Reves and Oh (2007) defined the millennial generation as people born between 1981-2000. The millennial generation is recognized worldwide, not only in Indonesia. Moreover, millennials like to travel extensively nationally and internationally.

Teenagers in Indonesia, dubbed the millennial generation, have recently become a hot topic of conversation. Apart from their relationship with education and technology, their lifestyles differ from previous generations in interests and hobbies. As is commonly known, millennials, or frequently referred to as Generation Y, are a generation born after Generation X. Their birth years range from the 1980s to the 2000s. By 2020, the millennial generation will account for approximately 34% of the Indonesian population, followed by 20% of generation X and 13% of the baby boomers (born 1946 to 1964).

The millennial generation's interest in travel is unique, mainly due to digital media technology development, online marketing, and social media.

This generation of millennials is on the verge of using the internet. So that they can easily accept and absorb various types of information. Additionally, this generation prefers non-cash transactions and is generally capable of working faster and cleverer due to the appearance of technology. Additionally, technological advancements encourage millennials to be multitaskers. This behavior has conditioned millennials to perform two to three jobs concurrently.

The factors mentioned previously have a significant impact on their desire to travel. The millennial generation is quick to acquire information about unique, attractive, and must-see tourist attractions. When combined with the rapid growth of social media, they are vying for placement in tourist attractions. There is a sense of accomplishment for those who can visit and travel to beautiful and attractive locations, document them with photographs and videos, and share them.

However, with the spread of the Covid-19 pandemic, the millennial generation's desire for tourism has been curtailed. To halt the spread of the Covid-19 virus, the government has imposed numerous restrictions on social activities. Indeed, several studies indicate that, before the pandemic, millennials traveled at least once a year. Tourism is the sector most susceptible to crises and disasters, including the current health crisis. Even though these millennials are the trusted group capable of activating the world of travel, tourist visits, and supporting tourism development in Indonesia. Their global connectivity, facilitated by the development of digital technology, online commerce, and social media, significantly aids in information dissemination about tourism, domestic and international. The highlighted issue is interesting to review further, for that the authors are willing to conduct research entitled "Millennial Traveling Intentions after the Covid-19 Pandemic."

Crow and crow (1989) defined interest as the strength of motives that cause an individual to pay close attention to certain people, objects, or activities. It illustrates reasons why a person is attracted to particular objects, people, or activities over others (Riki Darmadi, 2017). Interest can also act as a guiding principle for a person to make a decision.

Interest is a psychological statement that cannot be directly observed. However, it is possible to observe its dynamics or manifestations in a person's actions or behavior. In conclusion, interest is a psychological aspect that plays a very dominant role in causing the behavior. Interest is a sense of attraction towards an object based on relevant preferences resulting in the desire to get involved with the object. It is performing as a strong urge to get closer, reasonably more active and deeper, spontaneous and more selective relationship with a particular object.

Interest has two essential elements, namely motives and attention. Motive is a psychological force that leads a person to decide something about their interest. On the other hand, attention is a mental concentration toward a specific object. Interest may emerge and increases after a person has acquired complete information about an object, so the object of interest generally revolves around things that were recognized before. The more interests an individual gives to an object, the more active the projected individual involvement in the object is.

According to research conducted by Pintrich and Schunk (1996), several aspects related to the interest, namely: a. general attitude toward the activity; refers to an individual's like and dislike tendency behavior toward the activity; b. Specific preference for or like the activity. An individual will decide whether they are willing to do the activity or not; c. enjoyment of the activity, that is, an individual's positive feeling about everything related to their actions; d.

personal interests or significant activities to individuals. An individual feels that the activities performed have a meaningful value; e. intrinsic interest in the content of the activity, which means there are pleasant feelings in the activity; f. reported choice of or participation in the activity.

Logically, an individual will participate in any activity that they prefer. Furthermore, Crow dan Crow (1989) stated three factors influence the interest, namely: a. inner urges which refer to the psychological impulses or desire towards something which can spark someone's interests; b. social motives. It motivates a person to take an interest in a certain activity. A person can be well accepted and recognized by their surrounding social environment, including social status, self-esteem, prestige, etc. c. emotional factor (emotional motive);. It is associated with feelings in the form of impulses, motives, emotional responses, and experiences gained by an individual.

Travel interest is a person's interest to take a trip to a particular location to gain unique experiences. Tourist interest is exclusive. The world of tourism identifies that the specific interest of tourists has resulted from the uniqueness offered by traveling destinations (Fandeli, 1995). Tourist interest is usually seen as a necessity, and tourists are seen as consumers. Consequently, the development of a tourist destination should aim to offer tourist attractions that can satisfy the tourists' interests. Special interest tourism is a form of traveling activity where a tourist visits a particular destination because of the ability of the location or tourist destination to satisfy the consumer's specific interests or goals (Read, 1980, Hall and Weiler, 1992).

According to Fandeli (Fandeli, 1995), development programs for potential tourist attractions and destinations are to accommodate the special interests of tourists, could be in the form of: a. Natural attractions such as flora, fauna, physical geology, volcanology, hydrology, natural

forests, or national and marine parks. Then, they set to various activities like rafting tours, jungle explorers, bird watching, scuba diving, exploring natural caves, surfing, diving, and so on; b. Tourists' presence recognized, physically, mentally, and emotionally towards the places they visit. The object of the attractions is closely related to cultural tourism includes cultural heritage and direct exposure to the culture with the local people. This type of tourist attractions served into cultural experiences in the form of historical-cultural tourism, rural tourism, exotic cultural tourism, and so on; c. artificial recreation attraction with adventure tourism as the most dominant form of the attraction. Adventure tourism works well with places that have natural sceneries and features.

Gamal Suwanto (2004) explains some reasons behind tourists' decision to visit particular destinations: 1. The need for vacation and recreation, 2. Educational and research needs, 3. The Religious or spiritual journey, 4. Health-related needs, 5. Having an interest in a specific culture and its arts, 6. Security interests, 7. Family relations needs, 8. Political interests. Based on the listed reasons, the author concluded that tourist interest is the motivational factor to promote them to travel to a particular destination and give them a personal sense of pleasant experiences like joy, happiness, and satisfaction (Wina Asty; Vina Kumala, 2021). It can be used as a reference for entrepreneurs in the tourism industry to fulfill the needs, interests, and desires of prospective travelers (Somantri & Dairoh, 2019).

The millennial generation is a person who was born in 1982 and graduated from high school in 2000 belongs to millennial generation. Another opinion delivered by Carlson (2008) on about the definition of the millennial generation through his book titled "The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom" stated that a person who belongs to the millennial generation must be born between the year

1983 and 2001. Other researchers proposed their theory and opinions regarding the millennial generation, but generally, people born from 1980 to 2000 were categorized as millennials.

The millennial generation is a generation that interacts heavily through instant communication and information technology such as e-mail, short message service (SMS), instant messaging apps (WhatsApp, line), and social media like Facebook, Instagram, and Twitter. This generation grew during the internet booming era. According to (Ng et al., 2010) the characteristics of the millennial generation are as follows: each individual has their unique personality depending on where they grew up, economic status, and the social status of their family. This generation has a more open communication pattern compared to the previous generations. Social media fanatics and their life strongly influenced by the development of information technology. Millennials have more exposure to political and economic views, so they seem to be very reactive to the dynamics of their surroundings. Furthermore, they pay attention to their wealth.

METHODS

The research method used by the researcher is a descriptive quantitative research method with a survey method using a questionnaire as a data collection tool.

Data collection through questionnaires was carried out from Mei 11 to June 28, 2021, by distributing questionnaires via Google Forms, shared randomly to respondents via WhatsApp social media. Respondents who became sampled in this study were in the age range of 20-30 years. The respondents who have filled out the questionnaire is 327 people, but the analysis only can be done on 312 questionnaires. The questionnaire was prepared based on scientific principles by taking into account the requirements in the

preparation of the questionnaire. The data collected is then analyzed further using statistical methods to see millennial travel interest after the Covid-19 pandemic.

RESULTS AND DISCUSSIONS

Tourism is one of the most important social institutions in world life that be able to learn. It has a literary history and an internal structure with operating principles, and it is extremely sensitive to external influences, both natural and cultural. (Smith dan Eadington, 1992)

The study was carried out from 11th May to 20th May 2020, utilizing the Google form to 312 millennials with the details as follows:

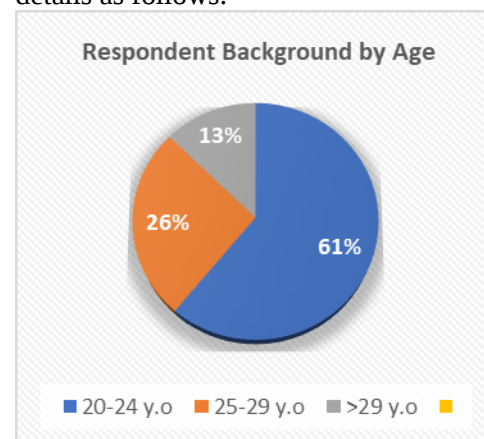


Figure 1: Respondent Background by Age
Source: survey results (prepared by the author)

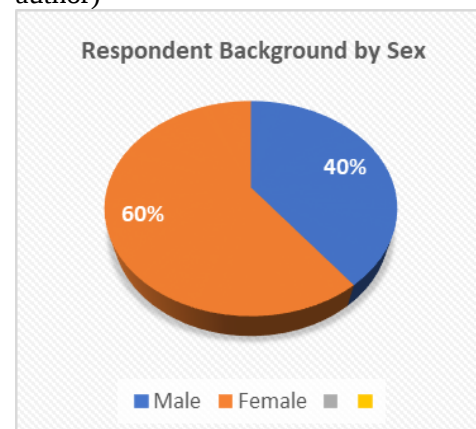


Figure 2: Respondent Background By Sex
Source: survey results (prepared by the author)

The results of a survey conducted on 312 millennials showed an interest in traveling (refreshing) before, when a pandemic occurred and entering the new-normal period showed:

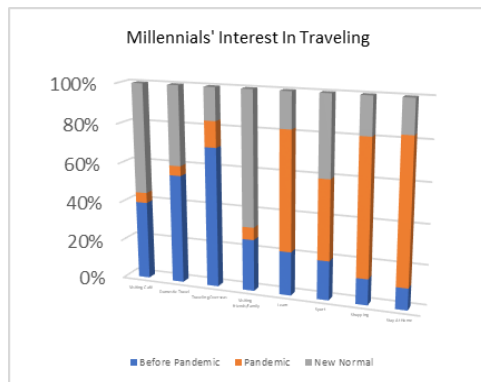


Figure 3: Millennial's Interest in Travelling

Source: survey results (prepared by the author)

Before the pandemic, millennials' interest in spending their time refreshing and traveling was the highest (39%) was traveling domestically, then (traveling) abroad (21%), and others prefers to hang out in cafes enjoying culinary tours, visiting friends, and family, sports, and shopping. However, 4% of respondents prefer to enjoy their days off to stay at home, do hobby activities, and online interactions. However, this tourism interest changed drastically when the pandemic hit the world. Visiting cafes, taking trips, and visiting friends and family is a difficult choice to make when a lockdown is everywhere. Tourist interest turned to shop tourism as the highest choice. There are 28% of respondents who spend their fun time shopping. Of course, through shops, merchants, and online platforms. The remaining 18% have interests in learning and increasing knowledge and skills, 21% do sports, and the rest spend time at home with their family.

The findings of this study corroborate Ratna Dewi's research (Ratna et al., 2020) that millennials, as a young

and energetic generation, generally engage in tourism activities motivated by a desire for refreshment, recreation, and vacations during busy schedules and piled-up school assignments and lectures. It is a method of meeting physical and physiological requirements.

After the pandemic hit the world for almost two years, and conditions were getting better with the decrease in the death rate for COVID-19 victims, Indonesia began to enter the New Normal period. The survey conducted to find out millennial tourism interest during the New Normal period turned out to show that their highest interest in traveling was traveling within the country. 29% of respondents can't wait to travel within the country, 21% want to exercise, and the rest visit friends and family, visit cafes, study, and shop.

Based on further investigation, millennials like domestic tourism for several reasons. The first reason is that generally, those who already have small families want to travel and have fun with their families. Traveling with the family will be more practical and hassle-free for local (domestic) tourist destinations. The next reason is that generally, this generation likes to explore various places in one city or region only compared to abroad. They appreciate the uniqueness of domestic tourism, especially with the rapid development of digital technology, they prefer to capture photos and videos and then share them on social media to inspire many people.

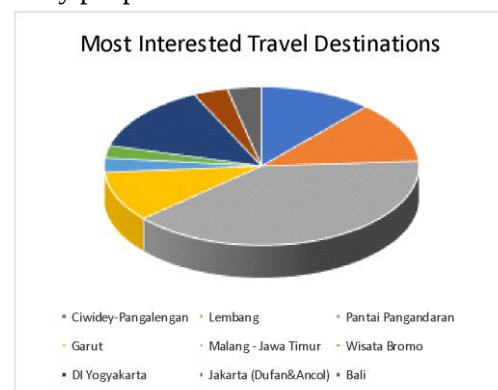


Figure 4: Most Interested Travel

Destination

Source: survey results (prepared by the author)

The survey conducted also shows that the local destination that most attracts millennials today is Pangandaran Beach. Based on a deeper search, they generally feel that Pangandaran Beach has a complete tourist attraction with beautiful natural scenery that can be visited alone, with friends, or with family. The publication of the Ministry of Tourism regarding the progress of Pangandaran Tourism succeeded in attracting respondents to come to visit there. Some respondents prefer to travel to Pangandaran. They feel that the location is not too far from Bandung.— Most respondents who live in Bandung City who has also not visited Pangandaran for a long time. Another reason is that traveling on Pangandaran Beach where the open air creates a sense of security and is not worried about disease transmission; mainly based on some information on social media, hotels in Pangandaran have implemented health protocols quite well. In addition to beach tourism, respondents are also interested in visiting and enjoying the beauty of Green Canyon, West Coast, East Coast, Citumang, Batu Hiu, and Batu Karas.

Pangandaran and its environs are indeed quite attractive as a tourist destination, particularly to local tourists. The 91-kilometer-long Pangandaran Coastline has conducive characteristics and attractions to marine tourism (Pangandaran Tourism and Culture Office 2018). Five beaches in Pangandaran Regency that are the most popular with tourists, namely Pangandaran Beach, Batukaras Beach, Madasari Beach, Batuhiu Beach, and Karapyak Beach, each with its distinct characteristics and number of visitors (Ministry of Tourism and Creative Economy 2019).

(Kurniasih et al., 2020) marine tourism in Pangandaran provides a sufficient level of service for tourists to engage in various tourism activities. Water sports facilities and experts for activities, such as banana boating, snorkeling, surfing, and swimming, as well as exploration activities aboard cruise ships, are readily available. The majority of tourist attractions in the Pangandaran Regency are based on natural beach attractions.

The second-order after Pangandaran Beach is tourist visits to the Special Region of Yogyakarta. There are 14% of respondents who miss this city. Yogyakarta is indeed a complete and fun tourist destination, whether it's cultural tourism, culinary tourism, nature tourism, even just walking around the city center can get pictures, photos, and videos that are Instagram-able. Traveling in Malioboro, Yogyakarta Palace, South Square, Tamansari, Tugu Yogyakarta, Prambanan Temple and Borobudur Temple are mandatory destinations that millennials will visit. Now their interest is increasing with the destination of Pindul Cave, Ratu Boko temple, and several new objects known from the internet.

The next tourist attraction which attracts millennial tourists is enjoying nature and various new objects in Lembang, Ciwidey, and Pangalengan. The next sequence that also attracted their interest was Garut City, Malang City, Jakarta, Bromo, and Bali. The millennial generation generally wants to be called a slang child. They are willing to save for months to be able to visit and see interesting things, especially what they get through various information on the internet and social media. This generation is willing to visit even remote and hidden places to get Instagramable pictures or videos. Their attention in traveling is separable from their interest in creating catchy content uploaded on various social media, web, and even on their messenger status. This generation is much more like traveling,

picnicking, and sightseeing compared to the generations before them. The millennial generation has its trend in traveling. For example, reducing their spending by using promo tickets, both transportation and accommodation,—and reducing food costs for savings.

CONCLUSIONS

Entering the New Normal, tourist destinations must begin preparing for the influx of tourists. Tourist attractions, particularly Pangandaran Tourism, must start preparing for increased visitor traffic, particularly from Millennials. Pangandaran tourism must not only prepare more Instagram-able tourist attractions, more attractive facilities, and human resources willing to assist and serve tourists with high-quality service,—but also continue to protect against the threat of Covid-19 virus transmission.

Numerous factors need to be improved to ensure the health of tourists, including limiting visitor numbers, limiting operating hours, implementing health protocols, and equipping themselves with a CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability) certificate.

Recommendation

It is time for the government,—to begin cultivating optimism and preparing for tourist visits. Several strategies can be implemented, including product innovation, tourism innovation in response to trends, collaboration while adapting to the new normal, and developing health protocols that ensure the safety and health of tourists, as well as encouraging tourism businesses to be CHSE certified

Cooperation with a variety of parties is required to carry out CHSE's implementation. Since CHSE is a novel concept, it is only natural that all parties are still adapting to its implementation. Requires awareness and a willingness to

collaborate from all parties to ensure a successful performance.

REFERENCES

Books

BPS Kabupaten Ciamis. 2018. Kabupaten Pangandaran dalam Angka. Ciamis : BPS Kabupaten Ciamis. 240 hlm.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. 2018. Laporan Perbandingan Tingkat Kunjungan Wisatawan Tahunan Kabupaten Pangandaran. Pangandaran: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. 3 hlm.

Crow and Crow, Home and Family. 1989 Creating the Domestic Sphere. Basingstoke, UK. Palgrave Macmillan, 200p

Esterberg KG. 2002. Qualitative Methods in Social Science. Boston: McGrawHill. 256 p.

Elwood Carlson dan The Lucky Few. 2008. Between The Greatest Generation and the Baby Boom. US : Pirg.

Fandeli. 1995. Pengertian “Kerangka Dasar Kepariwisata dalam” Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam . Yogyakarta : Liberty

Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta

Pintrich, P., Smith, D., Garcia, T., & McKeachie, W.J. 1991.. A manual of the use of the motivated strategies for learning questionnaire (MSLQ). Ann Arbor: The University of Michigan

Reeves, T. C., & Oh, E. 2008. Generational Differences. Handbook of Research on Educational Communications and Technology, Online Publication. 295-303.

Journals

- Ade Titi Nifita dan Edi Asrisontha. 2002. The Influence Of Social Media On Tourist Visiting Interest In Geopark Garden, Merangin District. 13–14.
- Ali, B. S. 2016. Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu, (10), 9–30.
- Arohman N. 2021. 10 Prediksi Tren Wisata Indonesia di 2021, Wisata Alam Jadi Prioritas. IDNTimes.com. Travel. 06 Jan 2021.
- Kristiana, Y., dan Liana, L. 2019. Analisis Minat Wisatawan Lokal Terhadap Taman Rekreasi di Tangerang Selatan. Jurnal Pariwisata, 6(2), 128–135.
<https://doi.org/10.31311/par.v6i2.5544>
- Nuraeni, B. S. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. Jurnal Bisnis Strategi, 23(1), 1–20. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/viewFile/14113/10711>
- Kurniasih, I., Nurhayati, A., Dewanti, L. P., & Rizal, A. (2020). Potensi Wisata Bahari di Kabupaten Pangandaran. Jurnal Perikanan Dan Kelautan, 10(1), 8–19.
- Ng, E. S. W., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A field study of the millennial generation. Journal of Business and Psychology, 25(2), 281–292.
<https://doi.org/10.1007/s10869-010-9159-4>
- Nurfalah, F., & Wihayati, W. (2000). Peranan Media Promosi Melalui Website Yang Dilakukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Jawa Barat Dalam Menumbuhkan Minat Berwisata Di Cirebon. Journal of Visual Languages & Computing, 11(3), 287–301.
- Ratna, D., Rizkidarajat, W., & P, A. (2020). enerasi Milenial Dan Perilaku Berwisata Di Kabupaten Banyumas. Prosiding Semnas “Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan X,” 347–351.
- Riki Darmadi. (2017). Motivasi Pengunjung Berwisata ke Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Jurnal Mandiri, 87(1,2), 149–200.
- Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). Tourism alternative: Potentials and problems in the development of tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Somantri, O., & Dairoh, D. (2019). Analisis Sentimen Penilaian Tempat Tujuan Wisata Kota Tegal Berbasis Text Mining. Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN), 5(2), 191.
<https://doi.org/10.26418/jp.v5i2.32661>
- Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., Susilowati, R., Fatihah, D. C., & Warsiati, W. (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ, 4(2), 159–168.
<https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>
- Wina Asty; Vina Kumala, D. A. (2021). Pengaruh Produk dan Harga Akomodasi Terhadap Minat Wisatawan Menginap di Kota Bukit Tinggi. Jurnal Ensiklopediaku, 3(2), 102–110.
- Zelazo, P. D., Carlson, S. M., & Kesek, A. (2008). The development of executive function in childhood. In

Handbook of developmental
cognitive neuroscience, 2nd ed.
(pp. 553–574). MIT Press.
Zhu, W., Xia, Y., & Bai, Y. (2020).
Traveling wave solutions of the
complex Ginzburg-Landau

equation with Kerr law
nonlinearity. Applied
Mathematics and Computation,
382, 1–27.
<https://doi.org/10.1016/j.amc.2020.125342>

Biodata Penulis

Sugeng Santoso¹, Syafaat Pradipta², Trubus Sumantono³, Ari Ana Fatmawati⁴

Penulis 1:

Sugeng Santoso

Lektor Kepala. Dosen Kinerja Terbaik Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana TA 2019-2020. Reviewer di beberapa Jurnal Nasional yang terakreditasi SINTA. Scopus ID: 57217559713, SINTA ID: 6728682, ORCID ID: 0000-0001-8621-7961.

Sur-el: sugeng.santoso@mercubuana.ac.id

Penulis 2:

Syafaat Pradipta

Mahasiswa S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Sur-el: syafaat.pradipta@gmail.com

Penulis 3:

Trubus Sumantono

Mahasiswa S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Sur-el: trubussumantono@gmail.com

Penulis 4:

Ari Ana Fatmawati

Mahasiswi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Sur-el: ariana.aa66@gmail.com

Arif Kurnia Wicaksana¹, Erma Ziamah Fatoni²

Penulis 1 :

Arif Kurnia Wicaksana1

Fungsi Neraca Wilayah dan Analisis Statistik

Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara

Jalan Selamanik no. 33, Banjarnegara, Jawa Tengah 53415

Sur-el : wicaksana.arifk@gmail.com

Penulis 2 :

Erma Ziamah Fatoni

Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Universitas Airlangga

Jalan Airlangga no.4, Surabaya, Jawa Timur 60286

Sur-el : ermaziamah@gmail.com

Jefirstson Richset Riwukore^{1*}, Fellyanus Habaora², Tien Yustini³

Penulis 1:

Jefirstson Richset Riwukore

Lecture at University of Indo Global Mandiri dan Dosen di Ilmu Manajemen Pascasarjana UIGM, Universitas Indo Global Mandiri

Sur-el : jefiriruwukore@gmail.com; jefritson@uigm.ac.id

Penulis 2 :

Fellyanus Habaora

Mahasiswa di Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan, Sekolah Pascasarjana IPB

Institut Pertanian Bogor

Sur-el : aryahabaora@gmail.com

Penulis 3 :

Tien Yustini

Dosen di Ilmu Manajemen Pascasarjana UIGM

Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jenderal Sudirman, KM-4, No.629, Kota Palembang, Sumatera Selatan,

Sur-el : tien_yustini@uigm.ac.id

Ubaiyana, S.H.

Magister Hukum Kenegaraan, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Tahun 2019-2021 sebagai Kepala Divisi Sosial dan Pengabdian Masyarakat Kelurahan LPDP UGM.

Sur-el : Ubaiyana25@gmail.com dan Ubaiyana25@mail.ugm.ac.id

Dias Satria¹, Joshi Maharani Wibowo²

Penulis 1 :

Dias Satria, SE., M.App.Ec., Ph.D

Lektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Sur-el : dias.satria@ub.ac.id

Penulis 2 :

Joshi Maharani Wibowo

Dosen Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya 2021 dan

Asisten Tenaga Ahli Kegiatan Perhitungan Nilai Tambah Koperasi dan UMKM Jawa Timur TA. 2021

Sur-el : joshiwibowo@staff.ubaya.ac.id

Adifa Risa Bagasta^{1*}, Cahya Iswara², Adesty Lasally³

Penulis 1:

Adifa Risa Bagasta

Peneliti Muda, Praktisi dalam bidang pariwisata, tergabung dalam Asosiasi Pemandu Gunung Indonesia (APGI), Sebagai Ketua Bidang Penelitian dan Pelatihan APGI Dpprov Jawa Tengah. Lulusan Sarjana Program studi Pendidikan Biologi Universitas Sebelas Maret dan sedang melanjutkan Study Magister Program studi Biosains Universitas Sebelas Maret.

Sur-el : adifarisa9@gmail.com

Penulis 2:

Cahya Iswara

Mahasiswa program studi Geologi Institut Sains & Teknologi Akprind Yogyakarta.

Praktisi ahli dalam bidang geologi, survey lapangan dan pemetaan.

Sur-el : cahyaiswara101197@gmail.com

Penulis 3:

Adesty Lasally

Dosen D III Perhotelan di Universitas Mahakarya Asia, Yogyakarta. Lulusan Sarjana program studi Sastra Prancis Universitas Negeri Semarang dan lulusan Magister program Kajian Pariwisata Universitas Gajah Mada. Spesifik bidang Perencanaan, Pengembangan, Monitoring dan Evaluasi Destinasi Wisata. Tergabung dalam Asosiasi Pemandu Gunung Indonesia (APGI) Provinsi Yogyakarta

Sur-el : adestylasally@unmaha.ac.id

Ramayani Yusuf ¹, Mira Veranita²

Penulis 1 :

Ramayani Yusuf S.Sos, MM

S3 Doktor Ilmu Manajemen, Bidang Ilmu Administrasi NiagaManajemen Keuangan, Universitas Pendidikan Indonesiadan bekerja sebagai DosenTetap Yayasan/Politeknik Piksi Ganesha, Mata Kuliah yang di ampu Kewirausahaan Manajemen Keuangan Perpajakan

Sur-el : adestylasally@unmaha.ac.id

Penulis 2 :

Mira Veranita

Doctoral Pogram in Social Sciences, Pasundan University, Lecturer of Piksi Ganesha. Polytechnic, Assessor of LSP PPG (Piksi Ganesha Polytechnic Professional Certification Institute) and Assessor of ASPAPI (Asosiasi Sarjana dan Praktisi Administrasi Perkantoran Indonesia)

Sur-el : Mirave2198@gmail.com

Biodata Dewan Editor

Drs. Noviendi Makalam, MA

Analisis Kebijakan Ahli Utama, alumni S2 pada Bournemouth University dengan Program Studi *Tourism and Hospitality Management*. Pernah menjabat sebagai Sekretaris Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran I dan Staf Ahli Menteri Pariwisata Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Sur-el: noviendi.makalam@kemenparekraf.go.id

Diena Lemy, A. Par, M.M

Alumni S3 Universitas Trisakti. Saat ini sebagai Lektor Kepala pada Universitas Pelita Harapan.

Sur-el: diena.lemmy@uph.edu

Dr. Fransiskus Xaverius Teguh, M.A

Alumni S3 pada Universitas Gadjah Mada dengan Program Studi Kajian Pariwisata. Saat ini menjadi Staf Ahli Bidang Kemaritiman, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: frteguh_budpar@yahoo.com

Dr. Heri Hermawan

Fungsional Widiyaswara pada Asdep Pengembangan Sumber Daya dan Hubungan Antar Lembaga, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: hermawan_h@yahoo.com

Drs. Bashori Imron, M.Si

Alumni S1 Komunikasi dan S2 Komunikasi Universitas Indonesia dan Doktor pada PPS-UNJ. Sebagai Pejabat Fungsional (Peneliti) Ilmu Komunikasi dan Media, sejak tahun 1981- sekarang. Pernah menjabat sebagai Pejabat Struktural Eselon II (Kepala Biro Organisasi dan Kepegawaian LIPI Tahun 2001 sd 2005 dan pernah sebagai Kepala Pusbindiklat Peneliti LIPI – Tahun 2005 sd 23 Desember 2011

Sur-el: bhosyenfia@yahoo.co.id

Busro

Alumni S3 Religious Studies Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung. ISNU Jabar Anggota 2018 – 2022.

Sur-el: busro@uinsgd.ac.id

Shanthony, SH, M.H

Sebagai Kasubdit Sinkronisasi Regulasi Peraturan Pusat dan Daerah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: shanthony_01@yahoo.co.id

Muhammad Arfin Muhammad Salim

Master Degree of English Education (M.Pd) State University Makassar (UNM) 2 Senior Lecturer and Head of Research Center of Tourism Polytechnic of Makassar, Deputy Director of Academic Affairs of Tourism Polytechnic of Makassar.

Sur-el: arfin70@yahoo.com atau arfinsalim@gmail.com

Hayat

Alumni S3 Program Doktor Ilmu Administrasi, S3-Universitas Brawijaya Malang. Menjabat Sebagai Asisten Ahli dan Dosen Tetap di Universitas Islam Malang. Tahun 2019-Sekarang menjabat *Editorial Bord Jurnal of Governance Innovation* Universitas Islam Raden Rahmat Malang dan Ketua Bidang Inkubator Bisnis P2KIB Unisma.

Sur-el. : hayat.150318@gmail.com

Kiftiawati, S.S., M.Hum (Bahasa Indonesia)

Saat ini menjabat sebagai Pengajar Bahasa Indonesia dan MPKT di lingkungan UI. Merupakan Anggota Tim Pakar Bahasa Indonesia UI pada tahun 2009-2013. Gelar S1 diperoleh dari Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Gelar S2-nya juga dari universitas yang sama pada prodi Ilmu Susastera. Saat ini, selain mengajar sastra Indonesia, ia juga merupakan pengajar Bahasa Indonesia, Penulisan Ilmiah, dan Matakuliah Pengembangan Kepribadian Terintegrasi (MPKT) di lingkungan UI, sejak 2003.

Sur-el: kiftiawati.sulistyo@gmail.com

Fitri Sumirah, SS (Bahasa Inggris)

Penerjemah Ahli Muda di Bagian Hukum Biro Umum dan Hukum Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Saat ini sedang menyelesaikan tugas akhir pada Program Magister di Politeknik STIA LAN Jakarta dengan konsentrasi Manajemen Keuangan Negara.

Sur-el: fitrisumirah@yahoo.com

Biodata Mitra Bestari

Prof. Azril Azahari Ph.D

Ph.D in Community Development (Minor in Rural Development and Development Communication). University of The Phillippine at Los Banos (UPLB), Phililippine. Saat ini sebagai Ketua Ikatan Cendekiawan Pariwisata Indonesia (ICPI).

Sur-el: azazahari@gmail.com

Prof. Dr. Phil. Janianton Damanik, M.Si

Alumni S3 Fach Sozialgeographie, Universitas Bielefeld, Jerman. Saat ini sebagai Guru Besar pada Pembangunan Sosial, FISIPOL Universitas Gadjah Mada dan dosen Prodi S2/S3 Kajian Pariwisata, Sekolah Pascasarjana di universitas yang sama.

Sur-el: antondmk@ugm.ac.id

Prof. Dr. Muhammad Baiquni, M.A.

Prof. Dr. M. Baiquni, MA mengajar di Universitas Gadjah Mada sebagai Professor Geografi dan Ketua Departemen Geografi Pembangunan. Pernah menjabat sebagai Ketua Program Magister dan Doktor Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana (2011-2018), Kepala Pusat Studi Pariwisata (2010-2012), Universitas Gadjah Mada. Reviewer journal internasional antara lain JTR (*Journal of Tourism Research, UK*), Journal IJG (*Indonesian Journal of Geography, Ina*), dan Jurnal Kepariwisata Indonesia serta berbagai jurnal ilmiah dan buku referensi di Indonesia.

Sur-el: mbaiquni@ugm.ac.id

Dr. Rudyanto

Alumni S3 pada Universitas Trisakti, saat ini menjadi Lektor Kepala pada Universitas Pelita Harapan.

Sur-el: rudyanto62@gmail.com

Prof. Jatna Supriatna, M.Sc., Ph.D.

After finished his Master of Science (1986) and Doctorate degree (1991) in Biological Anthropology from the University of New Mexico, Albuquerque-USA, plus pre and post-doctoral at Columbia University in New York, he serves Lecturer, Senior Lecturer, then Professor at the University of Indonesia. He had been appointed as Country Director then Vice President of the major international organization based in Washington DC, Conservation International (1994-2010).

Sur-el : jsupriatna@sci.ui.ac.id

Devi Roza Kausar, Ph.D, CHE

Dosen dengan Jabatan Akademik Lektor Kepala, saat ini menjabat sebagai Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila, Jakarta. Meraih gelar PhD dari Nagoya University, Jepang, Master of Tourism Management dari Curtin University, Australia dan Sarjana Ekonomi dari Universitas Padjadjaran, Bandung.

Sur-el: devikausar@univpancasila.ac.id

Dr. Astrid Kusumowidagdo, S.T., M.M

S3 Ilmu Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung. Menjabat sebagai Lektor dan Dekan Fakultas Industri Kreatif. Mengajar di Fakultas Industri Kreatif Jurusan Arsitektur Interior Universitas Ciputra Surabaya. Tahun 2006-sekarang Himpunan Desainer Interior Indonesia Cabang Jawa Timur, Desainer Interior Madya.

Sur-el: astrid@ciputra.ac.id

Bambang Rudito, M.Si

Alumni S3 pada Universitas Indonesia –Antropologi, saat ini sebagai Dosen Sekolah Bisnis dan Manajemen pada Institut Teknologi Bandung.

Sur-el: brudito@sbm-itb.ac.id

Yuliani Dwi

Faculty Member, SBM ITB. Doctor of Philosophy School of Management, Taipei Taiwan National Taiwan University of Science and Technology. School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung Faculty Member, Bandung Indonesia, Full time faculty member in Business and Management.

Sur-el : yuliani.dwi@sbm-itb.ac.id

Prof. Dr. Hj. Aan Komariah, M.Pd., CIQaR

S3 Administrasi Pendidikan, UPI Bandung. Mengajar Metode Penelitian Kebijakan, Kepemimpinan, Manajemen Jurusan Administrasi Pendidikan. 2019-sekarang sebagai Reviewer IJLE (scopus Q1) dan 2017- sekarang sebagai Sekretaris Tim Beban Kinerja Dosen, Kemenristek Dikti.

Sur-el : aan_komariah@upi.edu

PEDOMAN PENULISAN

1. Jurnal Kepariwisata Indonesia merupakan jurnal di Direktorat Kajian Strategis, Deputi Bidang Kebijakan Strategis, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memuat tulisan hasil penelitian atau kajian dibidang pariwisata, atau terkait dengan bidang pariwisata.
2. Naskah yang akan diterbitkan dalam Jurnal Kepariwisata Indonesia merupakan karya tulis ilmiah orisinal, belum pernah dipublikasikan di media cetak lain maupun elektronik.
3. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris dengan menggunakan tata bahasa yang benar. Di luar kata dalam bahasa Indonesia harus dicetak miring
4. Naskah ditulis menggunakan font Times New Roman; ukuran font 14 poin untuk Judul, 12 poin untuk nama penulis dan institusi, 11 poin untuk tulisan utama, 10 poin untuk daftar pustaka, 9 poin untuk tulisan dalam tabel serta sumber gambar dan tabel; spasi antar paragraf 1.2; margin atas dan kiri 4 cm, margin bawah dan kanan 3 cm pada kertas berukuran A4 (21 cm x 29,5 cm). Panjang naskah maksimum 20 halaman serta diberikan nomor halaman disetiap lembarnya. Seluruh naskah yang dikirim menggunakan format Microsft Word (.doc) atau Rich Text Format (.rtf).
5. Nama penulis dicantumkan di bawah judul, ditulis lengkap tanpa menyebutkan gelar, diletakkan di tengah (centered). Alamat penulis (nama dan alamat instansi tempat bekerja) ditulis lengkap di bawah nama penulis. Alamat e-mail ditulis di bawah alamat penulis.

Sistematika penulisan naskah Jurnal Kepariwisata Indonesia dapat dilihat pada template jurnal yang dapat diakses di :

bit.ly/templatejki