

Tourism Development Strategy Through Ecotourism at Bowele Tourism Attractiveness, South Malang

Hanna Tua Marina

Supervisor :

Bayu Ilham Pradana, SE., MM.

Major Management of Economics and Business Faculty

Brawijaya University

Jl.MT Haryono 165 Malang

htmarinas@gmail.com

Abstract

This research took tourism development phenomenon which aims to attract tourists to visit as well as well the regional development of tourism destinations and cultural exchange as its background. Control of the local tourism manager (operator) becomes an important point. Bowele tourism site implements ecotourism as its tourism development strategy. Therefore, the author are interested in knowing the implementation of ecotourism as a development strategy in Bowele, Purwodadi, District Tirtoyudo, South Malang. This study used descriptive qualitative method. Data collection was done through purposive and snowball sampling techniques. The process of data collection was done by interviewing 7 informants at the first stage, and then 5 informants at the second stage finally 2 informants at the third stage. Further, the researcher also interviewed 20 tourists. The data were analyzed by using data reduction and coding techniques.

Findings of this study indicate that the implementation of ecotourism at Bowele tourism site has not been perfectly implemented. It can be seen from the products (materials, accommodation and souvenirs) that do not reflect its local culture. Furthermore, the Bowele ecotourism (operator) doesn't carefully consider a long-term sociological sustainability. In addition, there are some internal problems that make the ecotourism service at this place is not intensive. However, this study finds that the differentiation strategy based on Michael Porter's five generic strategies can be used to resolve the internal conflicts.

Keywords: Ecotourism, Differentiation Strategy, Bowele

Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Ekowisata pada Daya Tarik Wisata Bowele, Malang Selatan

Hanna Tua Marina

*Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Jl.MT Haryono 165 Malang
htmarinas@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pengembangan pariwisata untuk menarik minat berkunjung wisatawan diikuti oleh adanya pembangunan daerah daya tarik wisata dan pertukaran budaya. Kontrol dari pihak pengelola wisata menjadi hal yang penting. Daya Tarik Wisata Bowele menerapkan ekowisata sebagai strategi pengembangan wisatanya. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana implementasi ekowisata sebagai strategi pengembangan wisata di Daya Tarik Wisata Bowele, Desa Purwodadi, Kecamatan Tirtoyudo, Malang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan *purposive* dan *snowball sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara 7 orang tahap pertama, 5 orang tahap kedua dan 2 orang tahap ketiga dan juga mewawancarai para wisatawan. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data dan teknik *coding*.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan ekowisata ditempat ini belum sepenuhnya berjalan. Hal tersebut terlihat dari materi, akomodasi dan souvenir ekowisata di tempat ini belum mencerminkan khasanah lokal dan manajemen ekowisata bowele yang belum memikirkan kelangsungan ekologi jangka panjang serta permasalahan internal yang membuat jasa ekowisata di tempat ini belum intensif. Akan tetapi, Penelitian ini menemukan bahwa strategi diferensiasi dari *Michael Porter's five generic strategies* dapat dipergunakan sebagai strategi pengembangan wisata di tempat ini.

Kata Kunci : Ekowisata, Strategi Diferensiasi, Wana Wisata Bowele

PENDAHULUAN

Indonesia juga dikenal sebagai salah satu negara dengan pulau terbanyak di dunia karena memiliki 17.504 pulau. NKRI memiliki wilayah laut yang luasnya sampai 5,8 juta kilometer persegi dengan panjang garis pantai 99.093 kilometer. Oleh karena itu Indonesia memiliki potensi besar untuk memiliki daya dukung kemaritiman yang kuat. Potensi besar kemaritiman yang ada di Indonesia tersebut disambut baik oleh pemerintah dan dituangkan dalam bentuk arahan pembangunan jangka menengah nasional. Percepatan pembangunan wilayah kelautan merupakan salah satu tantangan pembangunan di Indonesia sebagai mana yang tertuang dalam Di dalam Buku I Agenda Pembangunan Nasional RPJMN 2015 – 2019. Percepatan pembangunan wilayah kelautan di Indonesia tersebut bertujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai poros maritim dunia. Untuk menjadi poros maritim dunia, Banyak hal yang harus diperbaiki dan dirintis oleh pemerintah Indonesia.

Sejalan dengan itu, upaya menjaga daya dukung dan kelestarian fungsi lingkungan laut juga merupakan tantangan dalam pembangunan kelautan. Untuk menjawab tantangan pembangunan kelautan tersebut dan merealisasikan diri sebagai poros maritim dunia, Indonesia sudah seharusnya memanfaatkan potensi – potensi yang dapat dikembangkan dari banyaknya pulau yang tersebar di gugusan NKRI dan luasnya wilayah perairan Indonesia. Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah potensi wisata. Dengan melihat kondisi geografis serta didukung dengan banyaknya pulau di Indonesia, potensi wisata yang dapat dikembangkan di Indonesia adalah pariwisata alam. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional mencatat bahwa potensi pariwisata kepulauan (*archipelago*) di Indonesia mencapai Rp 4.000 Triliun (Dietrich, 2014). Oleh karena pariwisata kepulauan tersebut sangat erat hubungannya dengan luas perairan di Indonesia, maka potensi pariwisata bahari di Indonesia menjadi sangat potensial. Namun, pariwisata

tidak mungkin berdiri sendiri, butuh dukungan instansi dan sektor lain.

Dalam memberikan layanan wisata, tentu diperlukan adanya akses yang mudah, layanan yang memuaskan, objek atau atraksi wisata yang dapat dinikmati, serta tempat – tempat akomodasi yang sesuai dengan keinginan para wisatawan. Oleh karenanya, Pariwisata dapat menciptakan mata rantai industri di berbagai sektor, baik barang maupun jasa. Mengingat betapa strategisnya sektor pariwisata ini, Pemanfaatan sektor pariwisata dapat menjadi model dan strategi baru dalam pembangunan ekonomi nasional.

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki banyak destinasi pariwisata yang belum memiliki infrastruktur wisata yang memadai. Selain itu, masih banyak objek wisata bahari di Indonesia masih merupakan daerah yang belum terjamah (masih terjaga keasriannya). Sehingga, Pengembangan pariwisata di Indonesia seharusnya memiliki arah, konsep yang jelas dan sesuai dengan keunikan masing – masing daerah. Pengembangan pariwisata di negara berkembang sering dikaitkan dengan Ekowisata (Mariangela et al.,2008).

Hal tersebut dikarenakan pada umumnya di negara berkembang, pariwisata masih pada fase awal dari *Tourist Area Life Cycle*. Tahap awal *tourist area life cycle* adalah tahap *exploration* dan *involvement*, daya tarik wisata masih tahap eksplorasi atau sudah memasuki tahap pelibatan masyarakat sekitar. Ekowisata dapat membawa nuansa yang berbeda keunikan dari setiap daerah tujuan wisata dalam hal pengembangannya. Oleh karena pengembangan pariwisata bahari di Indonesia masih pada fase awal dari *tourism life cycle* dan pada umumnya masih belum memiliki infrastruktur yang memadai untuk kegiatan – kegiatan wisata, maka ekowisata dapat dijadikan strategi untuk mengembangkan pariwisata bahari di Indonesia.

Menurut Blamey dalam Mariangela et al.,(2008) teridentifikasi tiga kondisi fundamental untuk penyelenggaraan ekowisata yakni atraksi atau daya tarik wisata lazimnya

berbasis alam, terdapat unsur mendidik antara wisatawan dengan atraksi wisata, pengembangan daya tarik wisata dan atraksi wisata harus dikelola dengan cara yang menjamin ekologi, sosial budaya, ekonomi serta unsur berkelanjutan.

Salah satu daerah di Indonesia yang sudah menerapkan ekowisata sebagai strategi pengembangan pariwisatanya adalah Daya Tarik Wisata Bowele. DTW Bowele terletak di Desa Purwodadi, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang. Bowele merupakan singkatan dari Bolu – Bolu, Wedi Awu dan Lenggoksono. Daya Tarik Wisata Bowele sudah memasuki fase *involvement* dari *tourist area life cycle* karena para pengelola daya tarik wisata ini sudah melibatkan masyarakat lokal untuk mengambil inisiatif untuk menyediakan berbagai pelayanan jasa untuk para wisatawan, kunjungan wisatawan mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam beberapa periode, masyarakat dan pemerintah lokal sudah mulai melakukan sosialisasi atau periklanan dalam skala terbatas, pemerintah setempat sudah berinisiatif untuk membangun infrastruktur meskipun dalam skala kecil dan jumlah terbatas. Selain itu, Tujuan para pengelola daya tarik wisata Bowele, kelompok masyarakat sadar wisata (pokdarwis) dan lembaga desa wisata (ladesta), memilih ekowisata sebagai strategi pengembangan daerah ini karena mereka menginginkan daerah Bowele ini tetap bersih dan lestari. Pengelola ekowisata ini juga mengharapkan adanya kontribusi wisatawan untuk pelestarian lingkungan. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dilihat bahwa ekowisata sejalan dengan pemikiran para perintis dan pengembang wisata Bowele.

Sebuah pengembangan pariwisata pada umumnya bertujuan supaya daya tarik wisata tersebut dapat menarik minat berkunjung wisatawan. Akan tetapi, Pengembangan pariwisata bak dua sisi mata uang. Satu sisi, pengembangan pariwisata dapat memberikan sumbangsih terhadap pembangunan ekonomi daerah tujuan wisata yang berdampak pada pembangunan ekonomi nasional. Sisi lainnya,

pengembangan wisata juga dapat membawa dampak buruk.

Banyaknya kunjungan wisatawan tentunya menghasilkan semakin banyaknya kebutuhan yang harus tersedia, contoh kecilnya adalah makanan. Tidak sedikit wisatawan membawa makanan yang sudah dikemas, apabila lokasi daya tarik wisata tidak dilengkapi dengan fasilitas tempat sampah yang memadai dan cara pengelolaan sampah yang benar, alhasil daya tarik wisata tersebut dapat menimbun banyak sampah. Pengembangan pariwisata juga yang menjadi sebab meretasnya fenomena gaya hidup ala barat di berbagai sudut kota di Indonesia, terutama daerah-daerah tujuan pariwisata. Jika hal tersebut dibiarkan terjadi, tanpa adanya kontrol dari pengelola wisata, pemerintah daerah bahkan masyarakat lokal, terjadinya degradasi budaya lokal sungguh sangat besar peluangnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi pengembangan wisata melalui ekowisata pada daya tarik wisata Bowele. Dampak negatif pengembangan pariwisata yang telah disebutkan di atas, apakah sudah menjadi perhatian dari pengelola wisata di tempat ini, dan bagaimana para pengelola pariwisata di tempat ini menciptakan suatu pengembangan pariwisata yang berkelanjutan untuk daya tarik wisata di Bowele.

Kajian Literatur

Undang – Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas-layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah, serta daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sapta Pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di

negara kita. Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, kenangan, ramah tamah. (Pemkab Malang, 2014). *The International Ecotourism Society* (2002) mendefinisikan ekowisata sebagai perjalanan ke lokasi alam yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan mensejahterakan masyarakat lokal. Ekowisata juga dapat didefinisikan sebagai sebuah perjalanan wisata yang biasanya tidak mengganggu atau tidak mengkontaminasi unsur alami suatu daerah dan biasanya dilakukan dengan tujuan spesifik yakni belajar, mengagumi, dan menikmati pemandangan dan tumbuhan dan hewan liar, serta belajar mendalami budaya lokal (Cobbinah, 2015). Nugroho (2015) menyatakan bahwa ekowisata merupakan kegiatan perjalanan wisata yang dikemas secara profesional, terlatih dan memuat unsur pendidikan sebagai suatu sektor atau usaha ekonomi yang mempertimbangkan warisan budaya, partisipasi dan kesejahteraan penduduk lokal serta upaya – upaya konservasi sumber daya alam dan lingkungan. Ekowisata sebagian dari *sustainable tourism*. WWF Indonesia (2009) dan Fennel (2001) menyebutkan beberapa prinsip dari ekowisata yang mencakup pelestarian lingkungan, pelestarian budaya, membawa manfaat ekonomi dan menjaga kualitas daya dukung kawasan atau lingkungan.

Jika berbicara mengenai strategi pengembangan tentu tak dapat dipisahkan dengan ilmu manajemen strategi. Strategi dari sebuah perusahaan membentuk sebuah master plan yang menyeluruh yang menyatakan bagaimana perusahaan tersebut mencapai misi dan sasarannya. Perusahaan - perusahaan bisnis pada umumnya mempertimbangkan tiga tipe strategi yakni strategi korporat, strategi bisnis, strategi fungsional (Hunger dan Wheleen, 2015). Untuk mendapatkan strategi yang tepat terdapat tahapan perumusan strategi yang biasa disebut proses manajemen strategi. Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap yakni perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi (David, 2015). Hunger dan Wheleen

(2015) merumuskan proses manajemen strategi sebagai proses *breakdown* dari analisis internal dan eksternal lingkungan perusahaan kemudian masuk ke tahap perumusan strategi mulai dari misi menjadi sasaran kemudian menjadi strategi lalu menjadi kebijakan, kemudian masuk pada tahap implementasi menjadi program lalu anggaran serta penetapan prosedur pelaksanaan, yang terakhir adalah evaluasi dan kontrol melalui pengukuran kinerja.

Porter dalam David (2015) menyebutkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari perusahaan, terdapat tiga dasar dari strategi umum yakni *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. *Cost leadership strategy* mencakup *low cost strategy* dan *best value strategy*. Strategi diferensiasi dilaksanakan apabila keunikan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa tidak dimiliki atau sulit ditiru oleh pesaing dan harga tidak menjadi hal yang terlalu diperhatikan oleh para pelanggan atau penikmat jasa perusahaan. Strategi fokus digunakan ketika ketika pelanggan memiliki preferensi yang berbeda atau persyaratan dan ketika perusahaan saingan tidak berusaha untuk mengkhususkan diri di segmen target yang sama.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tipe penelitian deskriptif kualitatif ini berusaha menerangkan fenomena sosial tertentu. Menurut Sulisty-Basuki (2010), penelitian deskriptif mencoba mendeskripsikan semua objek, aktivitas, proses dan manusia secara tepat dan cukup. Penelitian deskriptif erat kaitannya dengan pengumpulan data dan fakta yang *valid* untuk memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti. Sugiono (2014) menjelaskan penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, dan hasil

penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Sumber Data

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, Spradley dalam Sugiyono (2014) menamakan sebagai “situasi sosial” yang terdiri atas tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas yang secara sinergis berinteraksi. Sugiyono (2014) menyebutkan beberapa kriteria sampel sebagai sumber data atau sebagai informan dalam penelitian kualitatif :

- a) Mereka yang menguasai dan memahami suatu situasi sosial
- b) Mereka yang masih berkecimpung dengan situasi sosial yang diteliti
- c) Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi
- d) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri
- e) Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Berikut ini adalah sumber data yang akan digunakan peneliti :

- a) Data Primer, berasal dari informan kunci penelitian yakni : pengelola daya tarik wisata yang berada di obyek penelitian, aparatur Desa Purwodadi, masyarakat lokal, wisatawan yang berkunjung
- b) Data Sekunder berupa gambaran profil obyek penelitian di tingkat kabupaten atau kota, data audio visual dan videografi yang berasal dari hasil fotografi, rekaman suara, serta laporan – laporan tertulis pengelola wisata.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari oleh peneliti dari obyek penelitian belum jelas dan pasti baik masalah maupun sumber data dan hasil. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Selain peneliti, instrumen yang akan dipakai dalam

penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang berupa *close end question* dan *checklist*.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* (Sugiono, 2014) :

- a) Observasi
Peneliti akan menggunakan dua jenis observasi, yakni observasi partisipatif dan observasi tak berstruktur
- b) Wawancara semi terstruktur
Peneliti akan mewawancarai orang dengan teknik *in depth interview*.
- c) Dokumen
Dokumen yang dimaksudkan adalah berupa tulisan, gambar, karya – karya monumental dari seseorang serta data – data tertulis terkait dengan perkembangan obyek penelitian

Teknik Analisis Data

Untuk mencapai tujuan penelitian dan berdasarkan penelitian terdahulu oleh Tanaya dan Rudiarto (2014), proses analisis data akan meliputi analisis :

- a) Analisis Objek dan Daya Tarik Wisata.
Akan digali informasi mengenai informasi mengenai sektor perhubungan, sarana dan prasarana pariwisata, sektor daya tarik wisata dan rasa ingin tahu wisatawan.
- b) Analisis kemasyarakatan.
Akan digali informasi mengenai karakteristik masyarakat, bentuk partisipasi masyarakat, peluang usaha yang sebenarnya dapat dimunculkan, kualitas usaha dan kesiapan masyarakat.
- c) Analisis analisis pengelolaan
Akan digali informasi mengenai siapa saja yang terkait untuk mengelola Daya Tarik Wisata Bowele, upaya – upaya pengelolaan yang telah dijalankan, pemasaran spesifik untuk menjangkau dan menarik pengunjung seluruh dunia. Kesemuanya ini akan dikaitkan dengan prinsip ekowisata apakah sudah sesuai atau belum.

c) Analisis Pengembangan.

Akan digali informasi mengenai rencana pengembangan apa yang telah dan akan dilakukan, bagaimana proses penyusunan rencana strategi tersebut, siapa sajakan pengambil keputusan dalam pengembangan ekowisata di Bowele, kebijakan pemerintah dalam rangka melindungi aset dan budaya di Daya Tarik Wisata Bowele. Kesemuanya ini akan dikaitkan dengan proses manajemen strategi dan tingkatan strategi oleh Hunger dan Wheelen.

d) Analisis Pemberdayaan Masyarakat

Akan digali informasi mengenai badan, peran dan bentuk pemberdayaan masyarakat serta pengembangan penduduk lokal.

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yakni dengan data reduction, data display dan pengambilan keputusan (Sugiono, 2014).

HASIL PENELITIAN

Desa Purwodadi

Desa yang mulai terbentuk pada 12 Januari 1982 ini memiliki luas 1041 Ha dan terletak pada kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang. Desa ini terbagi menjadi tiga dusun yaitu Dusun Lenggoksono, Dusun Purwodadi dan Dusun Balarjo.

Gambar 4.1
Sketsa Peta Desa Purwodadi



Sumber : Dokumentasi Penulis

Visi Desa ini adalah “Terwujudnya Desa Purwodadi yang Mandiri, Agamis, Demokrasi, Produktif, Maju, Aman, dan Berdayasaing dalam bidang Pertanian, Ekonomi dan Pariwisata”. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang menyatakan bahwa Desa Purwodadi sejak tahun 2014 sudah tergabung

dalam tiga belas desa wisata di Kabupaten Malang (Purnomo, 2014).

Daya Tarik Wisata Bowele

Lokasi Daya Tarik Wisata Bowele tidak berada pada satu lokasi yang sama, akan tetapi terletak terpisah satu sama lain dikarenakan topografi Desa Purwodadi. Daya Tarik Wisata Bowele itu pada bagian timur terdiri dari Teluk Ngasem, Goa Lowo, Pulau Sule, Teluk Ndampar, Pantai Pakisan, Pantai Wedi Awu, Pantai Wedi Putih. Bagian tengah terdiri dari Tanjung Bandi, Teluk Pakis, Pulau Pat dan Pulau Gadung. Bagian Barat yakni Pantai Lenggoksono, Pantai Banyuanjlok, Teluk Kletakan, Pantai Bolu – bolu, Pantai Tamannglendang. Daerah – daerah tersebut akhirnya disederhanakan menjadi Bolu – bolu, Wedi Awu dan Lenggoksono sehingga menjadi Bowele.

Objek dan Atraksi Wisata di Bowele

Kawasan Bowele yang termasuk ke dalam Desa Purwodadi ini memiliki beberapa obyek wisata yang lazim dikunjungi yakni Pantai Bolu – Bolu, Pantai Wedi Awu, Pantai Wedi Putih, Pantai Lenggoksono, Teluk Kletakan, Air Terjun Banyu Anjlok. Atraksi Wisata yang sudah ada di tempat ini adalah snorkeling yang dilakukan di Teluk Kletakan, *camping site, sunrise and sunset view* yang dapat di Pantai Bolu – Bolu, menikmati sensasi bermain air asin dan tawar di Banyu Anjlok, *surfing* pemula di Pantai Lenggoksono, *surfing* untuk peselancar yang sudah berpengalaman di Pantai Wedi Awu.

Bauran Pemasaran Jasa

Ketika berbicara mengenai pariwisata, tentu salah satu produk dari pariwisata adalah jasa berwisata. . Berikut ini adalah bauran pemasaran jasa yang peneliti temukan oleh pengelola Daya Tarik Wisata Bowele sampai saat ini.

a) Jasa

Jasa yang ditawarkan oleh pihak yang terlibat dalam wisata adalah *surfer coaching* oleh *surfer* lokal baik untuk pemula dan professional, *guide* yang akan mengantar wisatawan

mengunjungi tempat – tempat wisata, jasa transportasi perahu dan ojeg, *homestay*, jasa penyewaan alat – alat *snorkeling* dan *camping*.

b) Harga

Berikut ini adalah daftar harga untuk masing – masing jasa yang disediakan.

Tabel 4.1
Biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan

Jasa	Biaya
Surfing Coaching pemula (lenggoksono)	Optional
Surfing Coacing professional (Wedi Awu)	Optional
Penyewaan papan surfing	Optional
Ojeg ke Banyu Anjlok	Rp 150.000
Perahu ke Banyu Anjlok, Kletakan dan Bolu – bolu	Rp 50.000 (untuk 8 orang)
Guide ke Wedi putih lewat darat	Rp 50.000
Guide ke Wedi putih via laut	Rp 90.000
Penyewaan alat snorkeling	Rp 25.000
Penyewaan kamera bawah air	Rp 75.000
Homestay Kamar Kecil	Rp 50.000 / kamar / Malam
Homestay Kamar Besar	Rp 100.000 / kamar / malam
Goa Lowo	Rp 600.00 (2-8 Orang)
Mancing Mania	Rp 7.500.000 (4 orang untuk 1 hari)

Sumber : Data Diolah

Biaya yang ditetapkan di atas merupakan biaya hasil perundingan dari pengelola wisata, desa dan pemilik, penambang. Sebagaimana yang disampaikan oleh Pak Kasembadan

“rundingan, antara pemilik, penambang, pengelola dan desa, ya pengelola ini, istilahnya desa cuma mengetahui, desa menimbang ya o po gak larang dan gak kemurahan”(Wawancara Pak Kasembadan, 2016). Akan tetapi harga yang telah ditetapkan di atas juga masih bisa berubah *“... tapi semisal kalo sepi dan wisatawan*

memaksakan diri untuk diberangkatkan kita bisa” (Wawancara Pak Kasembadan, 2016).

c) Promosi

Promosi yang sudah dilakukan oleh pengelola daya tarik wisata ini berdasarkan keterangan yang dikutip dari informan, maka kegiatan promosi yang sudah dilakukan lebih mengarah ke promosi penjualan (Yoeti, 1996). Promosi Penjualan yang telah dilakukan adalah dengan *personal selling* (membagikan kartu nama, ikut pertemuan dengan komunitas - komunitas), *exhibition* dan *display* (dengan mengikuti pameran seperti MTF, mengikuti pameran yang didukung oleh Dinas Pariwisata), *publicity* (dengan meng-upload foto – foto lokasi ke media sosial Daya Tarik Wisata Bowele), *trading state* (dengan jalin kerjasama dengan para *travel agent*).

d) Lokasi dan saluran distribusi

Lokasi yang jauh tersebut tidak didukung dengan adanya jalan yang mendukung kenyamanan dari wisatawan. *“Cuma halangannya itu di sarana dan prasarana dari jalannya masih sempit, itu saja halangannya”* (Wawancara Kepala Desa Purwodadi, 2016). Untuk Saluran distribusinya, dari keterangan yang di dapat dari Informan bahwa daya wisata ini memiliki dua saluran distribusi yakni melalui *merchant middleman* dan *agen middleman* (Kotler, 2009 : 122). *Merchant middleman* bagi Daya Tarik Wisata Bowele adalah dinas – dinas Kabupaten Malang yang terkait yakni Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Malang, Dinas Kehutanan Kabupaten Malang dan terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Untuk Agen Middleman yang menjadi saluran distribusi dari Daya tarik wisata Bowele adalah para agen tour dan travel yang bekerja sama dengan pengelola dari sini ataupun dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang.

e) Orang yang terlibat (*People*)

Pengelola wisata di tempat ini terbagi menjadi beberapa lembaga diantaranya LMDH

(Lembaga Masyarakat Desa Hutan), Ladesta (Lembaga Desa Wisata) dan Pokmaswas (Kelompok Masyarakat Pengawas). Untuk mengkoordinasi ke tiga lembaga tersebut, Desa membentuk sebuah tim pelaksana untuk mengkoordinasi gerak dari ke tiga lembaga tersebut. Selain Timlak, ada juga Pokdarwis yang sebagai pihak yang memasarkan daerah wisata ini. Komunitas Pantai juga tak dapat terpisahkan dari pengelolaan daerah ini. Paguyuban warung dipantai juga terlibat, karena mereka menyediakan makanan dan minuman serta fasilitas mck (mandi, cuci, kakus) secara swadaya dan sederhana bagi para wisatawan. Selanjutnya adalah mereka yang menyediakan jasa homestay dan Kelompok Nelayan yang diketuai oleh Pak Harjo.

f) Proses

Proses yang dimaksudkan pada bagian ini adalah proses atau alur yang dilalui oleh wisatawan untuk mendapatkan pengalaman berwisata di Bowele. Proses berwisata di tempat ini masih pada tahap pengunjung datang ke Desa Purwodadi, lalu menuju obyek wisata (Banyu Anjlok, Teluk Kletakan, Pantai Bolu – Bolu) lalu pulang. Padahal, Desa Purwodadi merupakan desa wisata. Banyak wisatawan yang tidak berkunjung ke desa purwodadi “iya, kalo desa wisata dan ekowisata itu kan pengunjung diarahkan menginap selama – lamanya di desa. Kalo sekarangkan engga, meluncur ke obyek langsung, lelah pulang dan sebagian homestay.” (Wawancara Pak Muklis, 2016) dan juga banyak wisatawan yang belum memanfaatkan *tourism information center* di Bowele ““Jadi kami pokdarwis ini hanya sebagai travel agen, kita jualan paket. Paket desa wisata, tapi salah satu atraksi nya adalah wisatawan diajak ke Banyu Anjlok. sebagian ada yang mampir ke TIC ada yang tidak, terus berwisata terus pulang sementara yang jalan seperti itu” (Wawancara Pak Muklis, 2016).

g) Kondisi Fisik

Kondisi Fisik Desa Purwodadi dan Bowele masih belum memiliki karakter dan masih sangat sederhana.

Gambar 4.2

Perahu yang mengantarkan wisatawan



Gambar 4.3

Tampilan luar *homestay* yang ada di Bowele



Informan Penelitian

Tabel 4.2

Informan Penelitian di Bowele

No	Nama	Umur	Tanggung Jawab / Pekerjaan
1	Muhammad Shodiq, S.Pd.I	32	Kepala Desa Purwodadi
2	Sidik Fajar	39	Humas Desa Purwodadi, Sekretaris Pokdarwis
3	Mukhlis	-	Ketua Pokdarwis, Sekretaris Ladesta
4	Kasembadan	56	Ketua Pokmaswas
6	Sihwiharjo	51	Ketua Nelayan
7	Bogel	31	Ojeg dan Guide
8	Madyo Santoso	51	Ketua Tim Pelaksana

9	Dwi Setyo	42	Kepala Dusun Balarjo, Wakil Ketua Timlak
10	Mbah Karyono	65	Komunitas anak pantai
11	Pak Carik		Sekretaris Desa Purwodadi
12	Pak Dawud	50	Kasi Pemerintahan Kecamatan Tirtoyudo
13.	Pak Johnson Sonaru	-	Kepala Bidang Jasa Sarana Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang
14.	Bu Lani Masruroh	-	Kepala Bidang Objek Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

Sumber : Data Diolah

Pihak yang terkait

Daya tarik wisata Bowele mendapat dukungan dari pihak luar untuk pengembangan wisata di daerah ini. Berikut ini adalah beberapa instansi yang turut terlibat dalam penyediaan jasa wisata yang lebih baik di tempat ini

a) Dukungan dari Dinas Kesehatan

“ini tadi dari dinas kesehatan provinsi mau turun karena jentik – jentik nyamuk.” (Wawancara Kepala Desa Purwodadi, 2016).

b) Dukungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

“...kalo dari pemerintah kabupaten ya jelas, kita hanya peran serta dinas pariwisata, disini sangat besar.” (Wawancara Pak Carik, 2016).

c) Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Malang

“...kita disini itu pokmaswas kebetulan kita organisasinya itu dibentuk oleh Dinas Kelautan jadi untuk MPA itu sudah di perdes kan.” (Wawancara Pak Muklis, 2016). Dinas perikanan dan kelautan membantu pengelola wisata Bowele dalam membentuk zonasi wilayah dari daerah tarik wisata ini.

d) Mahasiswa

“... kebetulan juga dibantu oleh mahasiswa pariwisata UB, ... terus jangan meninggalkan apapun kecuali foto, itu dari mahasiswa Unair dan Gajahmada. Terus di banyu anjlok juga sudah ada, di lenggoksono besok kita mau pasang yang dari Himapar UB” (Wawancara Pak Muklis, 2016).

Pemahaman Obyek dan Daya Tarik Wisata

Untuk memahami objek dan daya tarik wisata yang ada di Bowele ini, akan dipaparkan dalam tiga bagian besar yakni sektor perhubungan, sarana dan prasarana dan sektor daya tarik wisata. Sektor Perhubungan akan memberikan pemahaman mengenai jarak, waktu, jasa pengangkutan dan alat transportasi yang digunakan. Sektor perhubungan di Bowele ini belum memancarkan prinsip aman dan tertib dari sapta pesona *“kami sudah mewanti – wanti, istilah e umur 17 ke bawah jangan narik, terus sepeda motor kan harus lengkap, kan ada sepeda motor yang dipake ke kebun yang udah di protol – protol”* (Wawancara Pak Sidik Fajar, 2016) serta belum memancarkan unsur *tangibles* dan *security* (Garvin, 1996 : Teguh, 2009).

Sarana dan prasarana akan menjelaskan mengenai prasarana pariwisata baik untuk umum dan pariwisata, sarana pokok pariwisata yang terbagi menjadi objek sentra dan subjek sentra. Di Bowele baru hanya terdapat sarana pokok, sangat kurang dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan di tempat ini *“fasilitas kami tidak memadai, yang pertama jalan, yang kedua masalah ini, air – air kurang jelas”* (Wawancara Pak Kasembadan, 2016).

Untuk bagian *receptive tourist plan* yang termasuk di prasarana pariwisata, di tempat ini sudah ada torism information center (TIC). Akan

tetapi pengelolaannya masih belum berjalan baik, dengan indikator TIC bowele tidak ada yang menjaga kecuali hari sabtu dan minggu, letaknya tidak strategis, petugasnya belum dapat berbahasa inggris, dan akan tetapi informasi pariwisata yang ada di TIC sudah mencukupi (Anshori, 2010) “...wisatawan juga menjengkelkan mbak, kalo baru ada masalah aja baru datang ke TIC.banyak yang gak mampir karena emang posisi nya keliru” (Wawancara Pak Muklis, 2016). Selain itu homestay di wilayah ini juga belum memiliki TDUP dan belum semua rumah memenuhi standar *homestay* untuk ditinggali oleh wisatawan mancanegara, dan pengelolaan *homestay* inipun masih dalam penataan. Rumah makan di daerah ini pun masih belum memenuhi unsur tertib pada sapta pesona dari segi bentuk fisik bangunan. Untuk sarana pariwisata menurut Yoeti (1996) di tempat ini yang ada hanyalah sarana pokok.

Sektor daya tarik wisata akan memberikan informasi mengenai sumber daya minat khusus yang ada, sumber daya budaya, sumber daya alam yang terkandung dan bagaimana reaksi wisatawan terhadap daya tarik yang dimiliki oleh Bowele. Bowele mampu memenuhi permintaan wisatawan baik yang ingin menikmati keindahan alam dan berpetualang. Bowele emiliki *one place one product* yakni perkebunan cengkeh. Memiliki satu atraksi wisata yang hanya ada di bowele yakni papan *stand up surfing* besar. Pantai Lenggoksono memiliki ombak berjenis *beach break* dan karakter ombak yang dimiliki oleh Pantai Wedi Awu yang berjenis *point break*, *Surfing* bisa menjadi olahraga air unggulan di tempat ini.

Potensi hasil laut yang dimiliki adalah ikan tuna, tongkol, tenggiri, kakap merah, layur, cumi – cumi dan lobster. Potensi hasil perkebunan yang dimiliki adalah cengkeh, kopi, kelapa dan pisang. Rekreasi perairan di tempat ini dijadikan sebagai obyek wisata di tempat ini berupa air terjun, pantai dan teluk. Sumber daya budaya yang terdapat ditempat ini berupa budaya, kesenian dan sejarah. Budaya khas tempat ini adalah budaya larung sesaji yang diadakan setiap

tanggal 1 Suro. Untuk keseniannya di tempat ini ada jaranan, reog, silat. Untuk nilai historis yang terkandung di desa ini adalah sebagai lumbaung padi pada jaman masa perjuangan tahun 1945 oleh Letkol Katahar. Dari sisi sektor daya tarik wisata, Desa purwodadi memiliki daya tarik wisata yang cukup menjanjikan untuk dikunjungi oleh wisatawan. Desa ini mempunyai desa yang dapat digali potensi agro, budaya dan obyek wisata akan tetapi tidak didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata serta sektor perhubungan yang memadai.

Analisis Kemasyarakatan

Untuk bidang kemasyarakatan akan dipaparkan informasi mengenai karakteristik masyarakat (mayoritas pekerjaan, sikap ke wisata), bentuk partisipasi masyarakat, peluang usaha yang dapat dimunculkan, kualitas usaha (jasa dan produk), kesiapan masyarakat (kualitas sdm dan intensitas keterlibatan penduduk lokal dalam memandu dan menterjemahkan obyek wisata).

Masyarakat di Purwodadi ini dari segi bidang pekerjaan mayoritas merupakan petani cengkeh dan nelayan dan wisata. Dalam pengembangan wisata di tempat ini, sikap masyarakat terhadap wisata di tempat ini terbagi menjadi dua yakni yang menggantungkan hidup dari wisata dan cuek pariwisata “...jelas kalo yang dipantai karena menggantungkan hidupnya dari wisata ya berharap ramai, kalo masyarakat desa purwodadi sendiri mereka gak begitu peduli, karena mereka sudah sejahtera dengan cengkeh” (Wawancara Pak Muklis, 2016). Peluang usaha di wilayah ini masih banyak diantaranya pembukaan tempat penginapan, kripik pisang, desa wisata, penemuan objek baru di Tumpak Uwih. Kualitas usaha di tempat ini dapat dilihat dari sisi jasa dan produk. Dari sisi jasa, ada beberapa oknum ojeg yang menaikkan harga tanpa sepengetahuan pengelola sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Purwodadi, Pak Shodiq “... sering, yaitu harga melonjak. Tanpa sepengetahuan pengelola, tanpa dikordinir. Sering. Ojeg juga.”

Kepala Desa juga menegaskan bahwa kualitas usaha warung di Desa Purwodadi masih belum memenuhi unsur sapta pesona “... *belum, karena sapta pesona nya belum terbentuk, belum muncul. Mba bisa liat sendiri kanan kiri warung masuk dalam kategori layak dari segi kesehatan atau tidak.*”

Kesiapan masyarakat di tempat ini dalam memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan agak kurang jika dilihat kualitas sdm dan intensitas keterlibatan masyarakat dalam obyek wisata yang ada di Bowele. Sumber daya manusia yang terlibat dalam wisata di tempat ini pada dasarnya belum memiliki jiwa entrepreneurship, sehingga hal tersebut yang membuat kualitas usaha yang mereka hasilkan juga tidak maksimal “... *orang sini masyarakat pemikirannya hanya instan, misal satu buka warung yang lain ikut, setelah ikut tau sepi tinggal udah*” (Wawancara Pak Muklis, 2016).

Pemahaman sumber daya manusia yang terlibat dalam wisata mengenai ekowisata juga masih minim karena pemahaman tentang ekowisata, diakui oleh Ketua Pokdarwis hanya dipahami oleh elit desa saja. “*tapi memang untuk menerapkan ekowisata itu gak semua masyarakat itu paham, jadi tidak langsung paham ekowisata seperti apa, ...seperti itu baru di tataran elite desa*” (Wawancara Pak Muklis, 2016). Rendahnya pendidikan yang dikecap oleh para sumber daya manusia yang bergelut di bidang wisata di tempat ini juga menyebabkan kurang siapnya masyarakat daerah Bowele dalam mengembangkan wisata di tempat ini “*Sehingga yowes emam, mereka dimanjakan mereka, pendidikan rata – rata sd dan smp, sehingga pemahaman masa depan itu wes ga seberapa dipikirkan ...*” (Wawancara Pak Muklis, 2016). Berangkat dari fenomena kualitas sumber daya manusia yang terlibat untuk mengelola wisata di tempat ini masih kurang, Partisipasi masyarakat untuk mengelola pariwisata di bagian obyek juga rendah “*peran serta masyarakat ? peran serta masyarakat yang saya harapkan ada, tapi sampai saat ini belum muncul.*” (Wawancara Kepala Desa Purwodadi, 2016).

Analisis pengelolaan ekowisata

Untuk bidang pengelolaan, akan dipaparkan informasi mengenai siapa saja yang terkait untuk mengelola Bowele, upaya pengelolaan yang telah dijalankan (program / kegiatan, politik pemerintah, keadaan pengelolaan), pemasaran spesifik untuk menarik dan menjangkau wisatawan baik lokal maupun mancanegara (harga, publisitas, promosi, keterlibatan sektor tour & travel).

Untuk mengelola daya tarik wisata di Bowele, sebagaimana dipaparkan pada bagian sebelumnya, terdapat tiga lembaga yang turut ambil bagian dalam pengelolaan tempat ini. Tiga lembaga tersebut adalah LMDH (lembaga masyarakat desa hutan) dari Perum Perhutani KPH Malang, Pokmaswas (Kelompok masyarakat pengawas) dari Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Malang dan Ladesta (lembaga desa wisata) dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Oleh karena mayoritas kawasan pantai yang ada di Kabupaten Malang ini banyak yang berada pada wilayah Perum Perhutani, siapapun yang hendak mengelola atau membangun atau memanfaatkan harus ada kerja sama dengan pihak Perum Perhutani KPH Malang. “... *bukan di sana saja, jadi kawasan pantai yang ada di kabupaten malang itu adalah masuk dalam kawasan perum perhutani kph malang, nah karena masuk kawasan perum perhutani kph malang maka dengan sendirinya siapa – siapa yang mau mengelola atau membangun atau memanfaatkan harus ada kerja sama dengan pihak perhutani.. seperti itu. Jadi kenapa mereka ada MOU atau kerja sama dengan perhutani,*” (Wawancara Bu Lani Masruroh, 2016). Penetapan prosentase hasil bagi tiket masuk obyek wisata yang tidakimbang serta anggapan bahwa Perum Perhutani KPH Malang tidak melakukan apa – apa untuk mengembangkan wisata di Bowele yang menjadi duduk perkara dari pengelolaan wisata di tempat ini. Desa kecewa dengan prosentase bagi hasil yang dianggap menguntungkan perhutani, sehingga desa berdasarkan anjuran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang

terfokus untuk mengembangkan desa wisata ketimbang mengurus masalah di obyek.

“pendapatan kan gini, jadikan kita kalo kita ngomong pendapatan kan ngomong ke PKS, jadi 100% dari retribusi itu kita bagi, jadi 38% untuk LMDH, untuk perhutani, 30 % untuk pengelola tiga lembaga itu tadi, lalu 20 % DPPKA dinas perpajakan, lalu sisa 12 %, 2 % untuk desa, 5% untuk semacam badan usahanya perhutani KOPKAR, Muspika 3% sisanya 2% untuk pelaku gak tau” (Wawancara Kepala Desa Purwodadi, 2016)

“Cuma greget desa ini diapakno itu yang kurang bersatu dari perhutani, desa menggebu nanti menguntungkan perhutani, kan itu pemikiran sini, tapi oleh pak kades itu wes dicuekin ae, namanya juga wong, akhirnya yang menikmati kan mereka, itu yang bikin kita ga semangat,” (Wawancara Pak Sidik Fajar, 2016).

Berangkat dari fenomena tersebut, Desa membentuk satu lembaga yang dinamakan tim pelaksana yang bertanggung jawab sebagai koordinator dari ketiga lembaga tersebut. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, Timlak pun mengalami kesulitan. Kesulitan yang dihadapi oleh timlak adalah ketika pengambilan para lembaga – lembaga tersebut mengatasmakan dinas yang membina atau atasannya *“lmdh seketika atasannya berbicara ini harus gini itu selalu andalin atasannya perhutani, lalu apa itu seperti pokmaswas juga gitu, saya dari dinas gitu katanya,”* (Wawancara Pak Madyo, 2016).

Upaya pengelolaan yang telah dilakukan oleh pengelola di tempat ini dikategorikan berdasarkan keterangan dari informan menjadi tiga yakni program / kegiatan, politik pemerintah dan keadaan pengelolaan. Untuk politik pemerintah dan keadaan pengelolaan terangkum dalam penjelasan mengenai siapa saja yang terlibat di dalam pengelolaan Bowele.

Kegiatan atau program yang telah dijalankan untuk mengelola wisata di tempat ini adalah melakukan musrenbang desa (musyawarah rencana dan pembangunan desa) tentang memperbaiki infrastruktur desa, memberdayakan PKK di tempat ini untuk

membantu menata desa, melakukan pelatihan – pelatihan terhadap pelaku – pelaku wisata di desa ini, menata *homestay*, menetapkan peraturan untuk penambangan (nelayan mengantarkan wisatawan via jalur laut ke obyek wisata yang ada di Bowele) dan merintis pengembangan desa wisata.

Desa purwodadi sejak tahun 2014 sudah dijadikan desa wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Hal tersebut dikarenakan di desa ini sudah memiliki obyek wisata, sudah terdapat pengelola, dan ada unsur edukasi dari desa ini. Unsur edukasi yang ditawarkan adalah membajak sawah dengan kerbau, penyulingan minyak cengkeh, dan penumbukan kopi secara tradisional. Kelompok sadar wisata ditempat ini juga membuka satu obyek wisata baru yang benar – benar berada di wilayah administrasi desa sehingga pengelolaannya benar – benar berada dalam tanggung jawab desa. Obyek wisata tersebut adalah Tumpak Uwi, dimana tempat tersebut merupakan hutan desa dan disana wisatawan dapat menikmati sensasi melihat sunrise dan sunset dan juga *bird watching*. Lokasi tersebut dicanangkan untuk dijalankan prinsip ekowisata secara lebih ketat lagi.

Pemasaran yang dilakukan oleh Pokdarwis untuk Bowele ini masih terfokus pada promosi. Promosi yang dilakukan adalah membagikan flyer, melakukan pameran, melalui media sosial dan website – website wisatawan. Tujuan pemasaran di tempat ini masih berupaya supaya banyak masyarakat yang berkunjung ke Bowele tanpa memahami segmen dan target pasar yang sesuai. Pengelola Bowele menyatakan bahwa target pasar dari wisata ini adalah umum. Mereka membidik keluarga sebagai segmen pasarnya. Akan tetapi dari segi fasilitas penunjang kenyamanan sebuah keluarga berkunjung pada suatu obyek wisata masih sangat kurang dan kunjungan wisatawan yang paling banyak ke tempat ini adalah mahasiswa dan wisatawan minat khusus (penyuka *hiking* dan *surfing*).

Berdasarkan penjelasan mengenai

pemahaman pengelolaan di tempat ini, baik dari sisi siapa yang terkait, upaya pengelolaan dan upaya pemasaran dapat kita ketahui bahwa terlalu banyak pemain dalam pengelolaan wisata tanpa adanya kesatuan visi dan misi terkait pengelolaan wisata dapat membuat tidak adanya pemikiran atau upaya yang terintegrasi yang satu dan yang lain. Tidak menyatunya visi dan misi, membuat para lembaga pengelola beserta masyarakat berjalan sendiri – sendiri. Setiap lembaga merasa sudah melakukan usaha yang terbaik, akan tetapi hasil dari usaha tersebut tidak maksimal yang membuat motivasi untuk mengelola wisata di tempat ini menjadi semakin pudar dan membuat pengembangan wisata di wilayah ini menjadi kurang maksimal “.... *Ya itu, kalo untuk program pemerintah sendiri karena arahnya ke arah wisata kita sudah koordinasi dengan pihak wisata dan sebagainya dengan pembuatan PKS kayak kemarin dengan perhutani dan sebagainya kan itu langkah pemerintah untuk jalan lebih maju ternyata gak jalan sama sekali, malah hancur masyarakat jadi masa bodo karena dianggap dia untuk bisnis kan itu masalahnya, kita sendiri itu masalahnya, karena sudah kurun waktu beberapa bulan ini berjalan gak ada pengembangan sama sekali*” (Wawancara Pak Carik, 2016)

Analisis Pengembangan

Akan digali informasi mengenai rencana pengembangan apa yang telah dan akan dilakukan, bagaimana proses penyusunan rencana strategi tersebut, siapa saja pengambil keputusan dalam pengembangan ekowisata di Bowele, kebijakan pemerintah dalam rangka melindungi aset dan budaya di Daya Tarik Wisata Bowele.

Rencana pengembangan wisata di tempat ini lebih mengarah pada pembangunan desa dan perintisan desa wisata. Pembangunan desa dengan adanya pembangunan jalan, pembangunan pos pemantauan, memperluas kawasan hijau dan mempercantik desa. Perintisan desa wisata dengan mulai memberdayakan *homestay*, pemberdayaan

masyarakat, guide, serta penguatan potensi desa yakni merintis usaha kripik pisang, memantapkan kesenian budaya dan nilai sejarah serta mengadakan kerjasama dengan dinas – dinas melalui program pelatihan. Tidak Fokus terhadap manajemen bagi hasil dari tiket masuk, Menyusun buku ekowisata Bowele dan penambahan fasilitas wisata di Wedi Awu.

Proses penyusunan rencananya masih sederhana. Berangkat dari harapan, kebutuhan lingkungan, usulan dari stakeholder, dan ambisi pengelola. Akan tetapi secara tidak langsung pihak pengelola sudah melakukan analisis dari sisi eksternal dari proses manajemen strategi Hunger dan Wheleen. Untuk analisis internal pihak pengelola belum memikirkan lebih lanjut. Pengembangan harapan, kebutuhan, usulan dan ambisi tersebut menjadi program – program atau kegiatan yang dilakukan belum di *breakdown* dari hasil analisis internal dan internal yang disesuaikan dengan misi desa, kemudian sasaran kemudian merumuskan strategi lalu berlanjut pada kebijakan yang menghasilkan program.

Untuk kebijakan pemerintah, di Bowele yang seharusnya mengambil keputusan strategis adalah Kepala Desa sebagai tingkatan strategi bisnis dengan penjalan operator wisata (pokdarwis, ladesta, lmdh, pokmaswas) sebagai tingkat manajemen fungsionalnya. Akan tetapi pelaksanaannya tidaklah demikian. Para Operator Wisata sering kali menjalankan atau menetapkan sebuah kebijakan atau kegiatan tidak bekerja sama terlebih dahulu dengan desa. Tidak semua perangkat desa memahami apa yang dilakukan oleh pokdarwis, ladesta dan lmdh serta pokmaswas. Selanjutnya, Pemerintah Desa juga telah memutuskan bahwa kedepannya mungkin Bowele ini akan menjadi pariwisata massa dan akan terfokus pada desa wisata “... *mungkin suatu saat akan terbuka terhadap investor, ya kami pokdarwis gak begitu di istilah e, ilmu – ilmu kita gak di cangkokno, mungkin lambat laun konsep itu akan hilang, lambat laun akan jadi wisata umum. udah wes mass touris*” (Wawancara Pak Sidik Fajar, 2016). Pemerintah desa juga menginginkan wisata ini terbuka untuk

umum dan harga yang ditawarkan relatif murah. Akan tetapi kebijakan yang diambil pokdarwis tidak sesuai dengan kebijakan pemerintah desa. Pokdarwis membagi wilayah di Bowele menjadi *hard tourism, soft tourism, mass tourism, dan marine protected area*. Pokmaswas menetapkan kawasan Pulau Gadung dan Pat tersebut menjadi kawasan konservasi lobster, dimana boleh dikunjungi tetapi tidak diperbolehkan menangkap lobster “... *emang di protes mbak dengan konsep seperti itu, tapi kalo nanti semua, terus kita promo besar – besaran ada masalah lain yang muncul yakni sarana dan prasarana nya yang masih sempit, kan kasian, jadi ya kita usahakan tidak terlalu rame Cuma ya tamunya yang datang puas berkualitas, Cuma ya proses mendatangkan tamunya itu yang paket kita kan emang agak mahal, premium, karena menurut yang ngajar ekowisata, ekowisata itu harus premium, supaya terseleksi orang yang datang, contoh jalan yang susah, di biarkan seperti itu, wedi putih, biar terseleksi, kalo engga, ya bakal rame disana, karena masih gratis,...”* (Wawancara Pak Muklis, 2016).

Analisis Pemberdayaan Masyarakat

Akan digali informasi mengenai badan, peran dan bentuk pemberdayaan masyarakat serta pengembangan penduduk lokal. Untuk pemberdayaan masyarakat badan yang telah melakukan pembinaan di tempat ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Malang serta pengelola lokal yakni pokdarwis dan ladesta, EJEF (*East Java Ecotourism Foundation*). Bentuk pemberdayaan dari dinas – dinas tersebut berupa pelatihan untuk pengembangan kualitas sumber daya manusia yang ada di tempat ini, pembinaan homestay, studi banding, pemberian pengetahuan tentang mengelola wisata baik dari segi jasa dan ekologi. Berdasarkan keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran atas pemberdayaan masyarakat di Bowele ini sudah tinggi, pekerjaan rumah dari pihak pengelola adalah peningkatan kesadaran atas wisata dari

seluruh lapisan masyarakat agar sapa pesona dapat tercermin di Desa Purwodadi.

Ekowisata di Bowele

Setelah memahami mengenai objek dan daya tarik wisata, kemasyarakatan, pengelolaan, pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, maka terdapat tema – tema besar yang muncul dari kondisi ekowisata di Bowele ini yakni :

1. Objek dan daya tarik wisata di Bowele ini unik
2. Konflik internal pengelola menyebabkan kualitas jasa ekowisata yang diberikan belum intensif.
3. Strategi diferensiasi dipilih untuk mengatasi konflik yang terjadi.
4. Pemasaran wisata di Bowele adalah promosi.
5. Rencana pengembangan di wilayah ini mengikuti mekanisme pasar.
6. Pengembangan kemampuan penduduk lokal belum maksimal karena belum semua masyarakat peduli terhadap wisata.

PEMBAHASAN

Objek dan daya tarik wisata di Bowele ini unik

Bowele memiliki sumber daya alam berupa keajaiban dan keindahan alam (topografi), keragaman flora, ekosistem yang belum terjamah manusia (Pulau Pat, Gadang, Goa Lowo), rekreasi perairan (Pantai dan Air terjun), lintas alam (perjalanan ke Wedi Putih dan Banyu Anjlok via jalur darat). Bowele juga memiliki sumber daya budaya berupa kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, seni jaranan dan reog, even larungan sesaji pada tanggal satu suro. Bowele saat ini memiliki potensi wisata sumber daya minat khusus berupa *active adventure (trekking), nature and wildlife (ekowisata), soft adventure (snorkeling, surfing), history / culture* (pertanian dan perkebunan). Hal tersebut memungkinkan karena memang topografi Desa Purwodadi memiliki dataran tinggi dan rendah. Hal ini yang menjadi keunikan Bowele karena mampu memberikan sensasi wisata alam, wisata

rural dan wisata budaya sekaligus.

Dalam atraksi wisatanya, Bowele juga mampu memberikan unsur edukasi kepada wisatawan melalui kegiatan Desa wisata. Unsur edukasi tersebut melalui penyulingan minyak cengkeh, penumbukan kopi tradisional, membajak sawah dengan cara mrujul, memanen cengkeh. Selain itu Bowele juga memiliki atraksi wisata surfing yang jarang dimiliki oleh pantai di Kabupaten Malang. Uniknya, Bowele ini mampu menghadirkan atraksi wisata surfing baru yang hanya ada satu di Wedi Awu di Provinsi Jawa Timur. Selain itu Banyu Anjlok, juga merupakan daya pikat tersendiri bagi masyarakat. Unsur magis, cerita rakyat yang membuat orang – orang ingin mengunjungi Banyu Anjlok.

Konflik internal pengelola menyebabkan kualitas jasa ekowisata yang diberikan belum intensif.

Hal tersebut dikarenakan permasalahan yang terdapat pada pengelola wisata, pemerintah desa dan Perhutani berada pada satu lingkungan yang sama yakni lingkungan internal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Nugroho (2015) *networking* di antara para *stakeholder* itu penting karena berhubungan dengan memberi dan menerima aliran manfaat kepada satu sama lain, terlebih di sektor ekowisata. Selain dari adanya komunikasi dan *networking*, Pengelola wisata Bowele juga seharusnya sudah memahami peran dan fungsi para *stakeholder* ekowisata. Para *stakeholder* ekowisata adalah pemerintah pusat, perencana dan peneliti, pengelola ekosistem yang menjalankan tugas manajemen operasional), sektor swasta, pengunjung atau wisatawan, penduduk lokal, lembaga swadaya masyarakat dan media massa.

Kemampuan kepemimpinan seorang Kepala Daerah diperlukan dengan sangat. Ekowisata perlu diperkuat oleh sosok pemimpin yang mampu menjalankan visi, misi dan strategi dalam konservasi lingkungan (Prieto et al, 2009 dalam Nugroho, 2015). Kepemimpinan memandu berbagai organisasi dan institusi ekowisata untuk saling bekerjasama

mengembangkan visi konservasi memerlukan semua pihak untuk berpeleceh menjadi wirausaha sosial dalam wadah organisasi ekowisata. dalam Manajemen Ekowisata, Pemimpin daerah beserta para pengelola haruslah berhasil memecahkan permasalahan untuk pemanfaatan sumberdaya secara berkelanjutan. Permasalahan yang terjadi adalah sektor ekowisata lahir dari permintaan jasa rekreasi yang spesifik, yang bukan sepenuhnya dilandasi aspek ekonomi sehingga harga bukan variabel yang penting. Konsumen ekowisata adalah orang yang datang berwisata untuk memperoleh kepuasan, pengetahuan, manfaat lain bagi kepentingan konservasi. Sehingga, Kegiatan manajemen ekowisata mencakup manajemen wisata untuk mensinergikan sektor penunjang ekowisata, menetapkan tujuan wisata, menyiapkan akomodasi hingga mengoptimalkan pemasaran produk wisata yang memerlukan kerjasama diantara para *stakeholder* agar penawaran ekowisata dapat mengimbangi aspek permintaan.

Untuk mampu melakukan manajemen ekowisata dengan baik dan mengembangkan pariwisata di Bowele secara berkelanjutan, Pengelola Daya Tarik Wisata Bowele dan Pemerintah Desa Purwodadi juga perlu memahami tentang faktor – faktor yang membentuk kepuasan konsumen ekowisata. Berikut ini adalah faktor – faktornya :

1. Tujuan wisata.
2. Produk ekowisata. Produk ini mencakup materi, akomodasi dan souvenir. Materi berbentuk pendidikan atau pelatihan yang menghasilkan perubahan psikomotorik yang berkesan. Karakteristik lokal dan nilai kesederhanaan dapat mewarnai akomodasi tanpa harus kehilangan unsur higienis dan kesehatan. Souvenir dapat berasal dari bahan imitasi ataupun asli dari Bowele, yang penting memberikan kesan lokal dan mendalam.
3. Promosi. Promosi adalah bagian manajemen terpenting karena sesungguhnya variabel harga bukan yang utama dalam memasarkan ekowisata. Kesadaran masyarakat agar

tertarik dan ingin menyaksikan fenomena ekowisata yang dijadikan target utama dari promosi. Materi promosi sebaiknya menjelaskan jadwal kunjungan, jumlah anggota minimal dalam rombongan, jumlah akomodasi, kemampuan pendudukan lokal. Selama ini pengelola bowele sudah melakukan kegiatan promosi yang baik, akan tetapi selama ini mereka tidak membatasi jumlah rombongan dan menjelaskan informasi terkait akomodasi secara jelas.

4. Pengendalian rombongan. Karakteristik operasional manajemen operasional ekowisata adalah jumlah rombongan pengunjung rendah, pelayanan berkualitas, menghasilkan nilai tambah yang tinggi. Akan tetapi hal tersebut tidak terjadi di wisata Bowele. Hal tersebut juga didasari oleh ketersediaan sumber daya manusia akan adanya *specialist guide* belum ada. Ditambah dengan, pengelola di tempat ini masih setengah hati dalam mengelola ekowisata di tempat ini dan memang membuka diri pada banyaknya kunjungan wisata.
5. Sikap partisipasi penduduk lokal. Penduduk lokal berpartisipasi dalam menjual produk wisata, akomodasi maupun souvenir. Akan tetapi usaha pembuatan kripik pisang dan penumbukan kopi belum terlalu digencarkan oleh masyarakat. Kripik pisang yang diolah masyarakat setempat dijual di Bowele dan mereka mengirimkan untuk daerah Bali. Selain itu kripik pisang yang dapat menjadi oleh – oleh dari Bowele ini juga belum mendapat ijin perdagangan.

Strategi Diferensiasi dipilih untuk mengatasi konflik yang terjadi

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa pengelola ditempat ini belum memiliki strategi yang spesifik yang melandasi hadirnya kebijakan serta program – program yang dijalankan untuk mengelola dan mengembangkan ekowisata yang ada di tempat ini. Jika menelaah teori *five general*

strategic nya Michael porter adalah wisata ini dapat menggunakan strategi diferensiasi sebagai strategi pengembangan ekowisata di Bowele (David, 2015).

David (2015) menyatakan strategi diferensiasi dapat berjalan secara efektif pada kondisi – kondisi ketika kebutuhan dan penggunaan pembeli berbeda, ketika perusahaan pesaing mengikuti pendekatan diferensiasi yang serupa, perubahan teknologi terjadi sangat cepat dan kompetisi yang sangat ketat terkait fitur – fitur produk, ketika ada banyak cara untuk mendiferensiasikan produk atau jasa dan banyak pembeli menilai perbedaan dari masing – masing produk dan jasa ini bernilai. Strategi diferensiasi mengapa dapat diterapkan di Bowele karena pertimbangan berikut ini :

1. Untuk bidang pariwisata, Jasa dan atraksi yang ditawarkan oleh masing – masing destinasi pariwisata berbeda – beda dan wisatawan tentu mempunyai nilai tersendiri bagi tiap perbedaan yang ada. Oleh karena itu, perjalanan wisata cenderung akan terus berlangsung karena rasa ingin tahu dan mencari sensasi baru yang dapat ditawarkan oleh sebuah destinasi pariwisata.
2. Bowele memiliki sensasi wisata unik yang tidak dimiliki oleh tempat wisata lain di Jawa Timur khususnya di Malang Raya, yakni jarak pantai yang dekat dengan masyarakat, banyu anjlok, konservasi lobster dan ombak yang khas di Wedi Awu dan penghasil cengkeh terbanyak di Jawa Timur. Oleh karena itu, pemerintah desa beserta pengelola berdasarkan anjuran dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang mengambil kebijakan untuk tidak fokus pada obyek wisata dan memunculkan daya tarik wisata yang baru.
3. Bowele ini mengusung prinsip ekowisata sebagai strategi pengembangannya maka penetapan harga yang lebih tinggi untuk menikmati kunjungan wisata disini menjadi hal yang lumrah. Potensi ekowisata ini menawarkan atraksi wisata yang bervariasi. Bowele memiliki sumber daya alam, sumber

daya budaya dan sumber daya minat khusus yang terbagi dalam wisata alam, wisata budaya dan wisata rural (desa, pertanian dan perkebunan) yang mampu menjawab berbagai jenis keinginan wisatawan atas wisata yang penuh sensasi alam. Oleh karena itu tidak dapat menutup kemungkinan bahwa wisatawan akan terikat dengan fitur – fitur diferensiasi wisata di Bowele. Akan tetapi mengingat karakteristik pengunjung wisata yang telah disebutkan di bagian atas, penetapan harga yang lebih tinggi harus lebih diperhatikan dengan adanya informasi ekowisata dan unsur edukasi.

4. Bowele sudah terbuka untuk menjadi tempat penelitian para ilmuwan dan orang – orang kreatif. Tak jarang banyak mahasiswa yang melakukan penelitian dan kegiatan magang di tempat ini tanpa dipungut biaya apapun dan ditemani langsung oleh pengelola yang paham tentang ekowisata, biasanya ditemani oleh Pak Muklis dan Pak Sidik Fajar.

Untuk pengembangan ke depannya, strategi diferensiasi yang dapat dijalankan di Bowele ini adalah dengan menjalankan pengembangan produk jasa baru dengan diimbangi dengan penataan manajemen ekowisata yang benar dan mulai berjalannya *networking* yang baik dengan para *stakeholdernya*. Lovelock (1991) dalam Ratnasari dan Aksa (2011) berikut ini adalah 6 inovasi jasa :

1. Inovasi utama, pengembangan produk yang ditujukan untuk pasar baru.
2. Bisnis start-up, cara baru dan inovasi untuk mengetahui kebutuhan terkini pelanggan dan membuat produk yang tidak terjangkau menjadi terjangkau sebagai pilihan yang tersedia. Hal ini dapat direalisasikan dengan mulai membuka satu warung di pantai yang menjual lobster, dengan kebijakan berdasarkan kesepakatan bersama.
3. Produk baru untuk pasar yang sedang dilayani, teknologi baru dapat menciptakan pasar untuk jasa baru yang belum pernah terpikirkan oleh pelanggan yang akan berguna

baginya. Produk jasa yang dapat dipasarkan adalah misalnya pembukaan diri sebagai tempat penelitian dan magang, memasarkan desa wisata.

4. Product line extension, menawarkan jasa pada pelanggan dengan variasi yang lebih luas dari pilihan dalam lini jasa yang sudah ada. Ketika sudah memiliki segmen pasar yang dapat dipertahankan, Bowele dapat meningkatkan atraksi – atraksi wisatanya semisal diving, kayak, caving, memancing dari tebing.
5. Perbaiki produk, memperbaiki fitur produk yang sudah ada. Untuk jelajah obyek wisata, penetapan harga harus jelas dan berlaku tetap, dari segi penawaran makanan di pinggir pantai, mencerminkan makanan laut, homestay dibuat informasi terkait rumah mana saja yang dijadikan homestay, harga menginap, fasilitas nya, contact person nya dan guide di bowele segera diberi lisensi bukan sekedar sertifikat.
6. Perubahan gaya atau pengembangan elemen tangible dari produk jasa. Para penambang diberikan seragam, perahu di cat sama, penambahan tumbuhan hijau di jalan desa, penambahan gapura atau plang selamat datang ke desa wisata purwodadi.

Selain itu, **Bowele juga dapat menerapkan strategi diferensiasi menurut Kotler & Keller (2009)** diferensiasi personil (memperkerjakan karyawan yang lebih terlatih) bisa melalui pelatihan intensif, diferensiasi saluran (merancang cakupan keahlian, kinerja saluran distribusi mereka secara lebih efektif dan efisien) bisa melalui memperbaiki kualitas layanan wisata sehingga word of mouth dapat tercipta, bekerjasama dengan universitas – universitas untuk kunjungan studi tour, diferensiasi citra (mengukir citra yang kuat dan menarik) bisa dengan membuat ikon wisata di tempat ini, bisa lebih mengekspose budaya.

Pemasaran Wisata di Bowele adalah promosi

Bowele saat ini masih melakukan pemasaran tanpa pembedaan dalam artinya

pemasaran missal dimana tidak ada pembagian yang khusus atau segmen tertentu dalam pasar. Akan tetapi, Bowele memiliki potensi untuk melayani dua tipe segmen pasar, yakni pariwisata massa dan wisata minat khusus (Ratnasari dan Aksa, 2011). Pemasaran jasa untuk kedua jenis wisatawan pada dua segmen pasar yang berbeda ini tentu berbeda, oleh karena itu diperlukan pendekatan pemasaran jasa yang berbeda. Misalnya untuk pariwisata massa, pengelola membuat target pasarnya adalah keluarga dan mahasiswa dengan atraksi wisata berkunjung ke obyek wisata dan desa wisata. Untuk wisata minat khusus, pengelola membuat target pasarnya adalah turis mancanegara dan pecinta wisata minat khusus.

Untuk Positioning, Bowele dapat memposisikan wisatanya sebagai wisata yang penting, berbeda dan unggul untuk segmen pasar pariwisata massa. Untuk segmen pasar wisata minat khusus, Wisata Bowele dapat memposisikan wisatanya sebagai wisata yang berbeda, harga terjangkau dan menguntungkan. (Kotler, 2009 : Ratnasari & Aksa, 2011). Jika strategi diferensiasi dijalankan, maka proses positioning pemasaran yang tepat untuk segmen pariwisata massa adalah . Pengelola bowele melakukan positioning struktur dari proses jasanya adalah dengan mengurangi kompleksitas untuk spesialisasi dimana sumber daya difokuskan pada penawaran jasa yang lebih sempit sehingga distribusi dan kontrol lebih mudah dan lebih ahli. Untuk segmen pasar wisata minat khusus, positioning struktur dari proses jasanya adalah dengan meningkatkan keragaman, kustomisasi dan fleksibilitas sehingga penetapan harga tinggi menjadi timbal balik yang seimbang (Ratnasari & Aksa, 2011).

Dari segi bauran pemasarannya, Jasa yang ditawarkan oleh Bowele belum sesuai dengan produk jasa ekowisata. Hal tersebut dikarenakan produk ekowisata mencakup materi, akomodasi dan suvenir. Materi mencakup pendidikan atau pelatihan yang menghasilkan perubahan psikomotorik yang berkesan bagi pengunjung

dan disini belum ada *souvenir* yang memberikan kesan lokal kepada wisatawan.

Dari segi *pricing*, Bowele saat ini menerapkan *flexible pricing* dan *relationship pricing*. Akan tetapi untuk jasa ekowisata, teknik penetapan harga lebih baik menggunakan *value – based pricing*. Hal tersebut bertujuan untuk memposisikan jasa bahwa harga yang dibayarkan itu sesuai dengan benefit yang dirasakan dari wisatawan (Ratnasari dan Aksa 2011 : Nugroho, 2015).

Dari segi promosi, Promosi adalah bagian manajemen terpenting dalam memasarkan ekowisata. Bagaimana menciptakan kesadaran masyarakat agar tertarik dan ingin menyaksikan fenomena ekowisata yang dijadikan target utama dari promosi.

Selama ini kegiatan promosi jasa yang dilakukan pengelola bowele masih terfokus pada kegiatan promosi penjualan. Oleh karena materi promosi yang harus dilakukan adalah sifatnya memberikan informasi selengkap – lengkapnya terkait ekowisata di Bowele, maka strategi promosi jasa yang dapat digunakan adalah dengan advertising dengan iklan yang bersifat memberikan informasi (*informative advertising*) melalui majalah, surat kabar, *direct mail*, *interactive marketing* (*facebook, instagram dan web – web wisata seperti couchsurfing*), personal selling kepada jasa tour dan travel, *public relation* melalui *event* dan pameran, serta menguatkan *positive word of mouth*.

Dari sisi lokasi dan saluran distribusi, Lokasi Bowele memang cukup jauh. Oleh karena Wisata ini pelanggan yang mendatangi perusahaan, maka seharusnya lokasi dari Wisata Bowele ini mudah dijangkau. Oleh karena jasa wisata ini bersifat *inseparability* sehingga manajemen distribusi jasa merupakan refleksi dari kualitas jasa itu. Kontak antara pelanggan dan penyedia jasa akan membentuk persepsi pelanggan. Oleh karena itu baik dari penyedia jasa (operator) dan perantara (intermediary) di Bowele ini harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik.

Dari sisi *people* yang dimaksud adalah orang – orang yang terlibat dalam lancarnya proses wisata. *Modifier* adalah orang – orang cukup sering berhubungan dengan wisatawan seperti orang yang bertugas di TIC, loket masuk, warung. *Influencers* adalah mereka yang secara langsung kontak dengan wisatawan seperti guide, penambang, ojeg, pemilik homestay, pokdarwis, pokmaswas. *Isolated people* adalah orang yang tidak sering bertemu dengan pelanggan seperti perangkat desa, lmdh, tim pelaksana. Cara pihak tersebut berinteraksi langsung dan tidak langsung sebagai *service provider* akan mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Kelalaian dalam perencanaan, pengembangan, pelaksanaan serta pengawasan terhadap sumber daya manusia yang dimiliki tidak akan menguntungkan daerah wisata. Sayangnya, *Modifier* ataupun *influencer* belum bekerja dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari meskipun sering diadakan pelatihan, akan tetapi masyarakat masih saja ada yang masa bodoh dengan wisata, belum semua masyarakat mengerti tentang ekowisata.

Dari sisi proses, Wisatawan yang menikmati sensasi alam di Bowele harus menghasilkan perubahan psikomotorik yang berkesan. Oleh karena itu, dalam proses atau aktivitasnya, proses ekowisata ditempat ini dapat menggunakan pilihan proses dengan *increase divergence*. *Increase divergence* adalah proses yang condong ke penetrasi pasar dengan cara menambah *services* yang diberikan melalui mengubah langkah dan tahap dalam proses. Pengelola Bowele seharusnya menciptakan alur kedatangan wisatawan yang pertama itu ke TIC, lalu memutuskan paket wisata apa yang hendak dinikmati, apakah menuju objek wisata langsung atau ke desa wisata dan ke obyek atau wisata minat khusus. (Ratnasari dan Aksa, 2011).

Dari sisi *physical evidences*, Bowele sepertinya perlu melakukan *branding* wisata untuk memperindah dan menguatkan unsur *persona* dari wilayah ini. *Branding* wisata tersebut adalah dengan memperbaiki *essential evidence* nya berupa desain dari ruang, gedung serta

peripheral evidence berupa layout dari homestay dari luar.

Rencana pengembangan di wilayah ini mengikuti mekanisme pasar

Rencana pengembangan memang tidak bermasalah berdasarkan permintaan pasar, harapan dan ambisi dari pemimpin, akan tetapi karena pengembangan ini akan dilakukan di daerah ekowisata tentu harus memperhatikan kaidah konservasi, meskipun rencana pengembangan yang dirancangkan oleh pengelola wisata Bowele masih berada dalam kaidah konservasi yang sejalan dengan ekowisata.

Dari sisi sarana dan prasarana pariwisata yang ada di tempat ini, Nugroho (2015) menyatakan perencanaan infrastruktur dan sarana ekowisata merupakan bagian penting dari kebijakan tingkat ekosistem. Dari awal pengembangan seharusnya perihal jumlah dan lama kunjungan menjadi ukuran penyediaan kapasitas infrastruktur dan akomodasi.

Sarana fisik dalam wilayah ekowisata yang perlu di desain secara tepat meliputi pusat informasi, penginapan dan akomodasi. Pusat informasi menyediakan informasi tentang prosedural, tata tertib, kode etik, program – program dan resiko dan antisipasi keselamatan. Memperhatikan *setting* infrastruktur dan bangunan secara teliti membuat konsep wisata, tata letak dan tenaga kerja harus menjadi pekerjaan rumah selanjutnya dalam membangun sarana dan prasarana pariwisata, misalnya penentuan pola jaringan infrastruktur terkait jalur pendakian atau petualangan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti dapat simpulkan bahwa sesungguhnya prasarana dan sarana wisata di Bowele ini secara tidak langsung sudah hampir memenuhi karakteristik infrastruktur yang ada di wilayah ekowisata. Yang menyebabkan para pengelola di tempat ini menyatakan bahwa sarana dan prasarana yang ada di tempat ini masih kurang adalah karena pemahaman mereka tentang sarana dan prasarana pariwisata yang seharusnya ada di

tempat ini adalah sarana dan prasarana yang ditujukan untuk pariwisata massa.

Pengembangan kemampuan penduduk lokal belum maksimal karena belum semua masyarakat peduli terhadap wisata

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa Penduduk lokal ini sebagai subyek dan objek dari pengembangan ekowisata. Cara penduduk lokal tersebut berinteraksi langsung dan tidak langsung sebagai *service provider* akan mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Oleh karena itu, sebelum memberikan kemampuan taktis terhadap sumber daya pengelola yang ada di Bowele, akan lebih baik, para operator wisata ditempat ini diberikan dasar – dasar dalam melayani. Dasar – dasar melayani tersebut diperlukan untuk meningkatkan *human capital* di bidang ekowisata. Peningkatan *human capital* akan membuat masing – masing *stakeholder* ekowisata akan menempatkan diri dalam peran yang proporsional dan efektif sehingga dapat mengimbangi modal *sustainable tourism* lainnya (*natural capital, man-made capital, social capital*).

Pelayanan dasar dalam melayani akan terbagi menjadi dua tahap yakni tahap sebelum berhubungan dengan wisatawan dan pada saat berhubungan dengan wisatawan. Sebelum berhubungan dengan wisatawan, para pengelola wisata harus mengerti mengenai *internal marketing*. Untuk dapat memberikan kualitas layanan yang baik terhadap wisatawan, maka kepuasan kerja dari pengelola dari setiap lembaga telah terpenuhi. *Internal marketing* juga berbicara mengenai adanya kesamaan pandangan terkait misi, strategi dan tujuan perusahaan. Adanya kesatuan pemahaman informasi yang baik akan membuat akses terhadap informasi menjadi mudah dan merata, meningkatkan komitmen tinggi pada setiap pengelola yang akhirnya dapat memotivasi para operator wisata (Ratnasari & Aksa, 2011).

Pada saat berhubungan dengan wisatawan, Trilogi sumber daya manusia relevan untuk diterapkan dalam jasa ekowisata yang meliputi

kompetensi, program dan lingkungan eksternal (Nugroho, 2015). Kompetensi merupakan atribut yang dimiliki individu dalam jasa ekowisata, bisa melalui *attitude management* (pelatihan, pengawasan) dan *communication management* (belajar menjalin customer service, belajar menyampaikan segala permasalahan yang dihadapi sehingga adanya komunikasi dua arah). Program yang mengacu pada rumusan implementasi kebijakan yang dijalankan oleh manajemen ekowisata memerlukan kekuatan manajemen untuk menjalankan rencana program yang disusun untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* (Nugroho, 2015). Lingkungan eksternal mengacu kepada seperangkat faktor eksternal yang mempengaruhi beroperasinya pengelolaan. Faktor eksternal ekowisata yang paling mempengaruhi adalah kebijakan pemerintah.

Implikasi Penelitian

Berikut ini adalah implikasi dari penelitian ini:

1. Kesatuan informasi terkait ekowisata dan pengelolaan Bowele yang baik dapat membantu para pengelola jasa ekowisata di tempat ini lebih memahami misi, strategi dan ilmu terapan dalam ekowisata sehingga dapat meminimalisir konflik internal dari pengelola.
2. Kebijakan dan program pengembangan juga mempertimbangkan unsur konservasi dari wilayah ekowisata untuk menjaga keberlanjutan pariwisata di tempat ini.
3. Kualitas sumber daya manusia yang mumpuni, terlatih dan *well informed*, keunikan destinasi yang menjadi keunggulan kompetitif, penelitian dan pengembangan dalam menjangkau atraksi atau obyek wisata baru serta pemasaran jasa ekowisata menjadi peranan kunci dalam pengelolaan ekowisata.
4. Menjalinkan hubungan yang baik dengan para *stakeholder* dapat membantu pengelola ekowisata untuk bekerja lebih bersinergis. Terkhusus bagian internal, Pengelola Bowele seharusnya memiliki hubungan

yang baik dengan pihak Perum Perhutani KPH Malang

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pertanyaan yang disampaikan peneliti kepada para informan tidak sama dan informan yang ditemui pada wawancara tahap satu, dua dan tiga tidak sama, sehingga banyak keterangan pada beberapa yang bersumber pada satu atau dua informan dan informan lain hanya untuk satu bagian penelitian. Peneliti juga tidak mewawancarai pihak Perum Perhutani KPH Malang dikarenakan prosedur perijinan penelitian yang tidak mudah dan minimnya waktu yang tersisa. Akan tetapi, untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan wawancara baik pada tahap satu, dua atau tiga pada orang yang sama, dengan pertanyaan yang sama di waktu yang berbeda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Ekowisata adalah sebuah pendekatan dan ilmu yang tidak langsung dapat dipahami oleh para pengelola wisata dan orang – orang yang berkecimpung dalam wisata di Bowele.
2. Ekowisata adalah sebagian dari *sustainable tourism* yang memuat upaya kontribusi aktif dalam konservasi alam dan budaya, partisipasi penduduk lokal, transfer pengetahuan tentang warisan budaya dan alam kepada para wisatawan.
3. Para pengelola wisata di Bowele belum menerapkan prinsip pengelolaan ekowisata yang tidak mutlak mengutamakan pertumbuhan ekonomi saja, tetapi disesuaikan dengan pertumbuhan modal sosial dan modal alam untuk menjaga kualitas jasa ekowisata. Pengelolaan yang menciptakan kreasi dan inovasi pengelolaan untuk menyajikan jasa ekowisata yang memuaskan tanpa melanggar kaidah konservasi diperlukan.
4. Produk ekowisata Bowele masih belum memenuhi syarat produk ekowisata yang mencakup materi, akomodasi dan souvenir.

Dari sisi materi, Bowele masih belum dapat menerapkan produk berupa materi edukasi kepada wisatawannya, dari segi akomodasi karakteristik lokal belum terlihat pada warna akomodasi yang diberikan, unsur higienis dan kesehatan juga belum terwujud dari segi fasilitas MCK, akan tetapi nilai kesederhanaan sudah terlihat dari bentuk rumah makan, homestay dan jenis perahu yang digunakan untuk mengantarkan wisatawan.

5. Kualitas sumber daya manusia, keunikan , penelitian dan pengembangan serta pemasaran jasa ekowisata menjadi peranan kunci dalam pengelolaan ekowisata akan tetapi hal tersebut masih dalam tahap pengembangan di Bowele. Hal tersebut dikarenakan belum semua orang memahami bagaimana pelaksanaan ekowisata dan turut serta dalam mengimplementasikan ekowisata tersebut.
6. Untuk menjamin keberlanjutan wisata yang ada di Bowele diperlukan kerjasama dan hubungan yang baik antara para *stakeholder* dan upaya manajemen ekowisata yang baik. Stakeholder yang dimaksudkan dalam ekowisata ini adalah pemerintah, perencana dan peneliti, sektor swasta, pengunjung atau wisatawan, penduduk lokal, lembaga swadaya masyarakat, pengelola ekosistem (operator wisata), media massa.
7. Strategi diferensiasi dapat dijadikan strategi tingkat manajemen ekosistem di Bowele. Hal tersebut dikarenakan Bowele sebagai destinasi pariwisata memiliki paket lengkap yang tidak dapat ditemui di Kabupaten Malang bahkan Jawa Timur.

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pertimbangan para pengelola ekowisata Bowele adalah :

1. Pengelola ekowisata bowele harus menjalin hubungan yang baik dengan para *stakeholdernya* melalui pembaharuan kerjasama, pengadaan forum komunikasi antar pengelola wisata di Bowele dan

- kerjasama dengan pihak peneliti (universitas) untuk mengadakan pelatihan masal bagi masyarakat yang berkecimpung di dalam wisata.
2. Memiliki kesatuan pemahaman informasi terkait ekowisata dan pengelolaan Bowele yang baik merupakan salah satu cara untuk mensinergikan gerakan pengelolaan ekowisata di Bowele, misalnya dengan membuat buku ekowisata Bowele yang dibagikan dan dipaparkan kepada seluruh masyarakat bowele.
 3. Produk atau jasa ekowisata baik dari sisi materi, akomodasi dan souvenir harus segera dibentuk dan dirilis sesuai dengan budaya dan kearifan lokal untuk menciptakan keunggulan bersaing, misalnya membuat logo atau ikon wisata Bowele, membuat oleh-oleh khas Bowele, membuat alur desa wisata dari penyusunan kegiatan yang dilakukan wisatawan di desa wisata,.
 4. Membuka diri terhadap investasi swasta untuk mempercepat realisasi pembangunan wilayah karena karakteristik ekowisata terletak pada *high quality, low volume, high value*.
 5. Pemerintah Kecamatan Tirtoyudo, Dinas Bina Marga Kabupaten Malang dan Perum Perhutani KPH Malang segera merealisasikan pembangunan jalan yang lebih lebar ke Bowele.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Yusak. 2010. *Tourism Board : Strategi Promosi, Pariwisata Daerah*. Surabaya : ITS Press.
- Bappenas. 2014. *Strategi Kebijakan Perencanaan Pembangunan Pariwisata Di Pulau-Pulau Kecil Sebagai Pusat Pertumbuhan*. (online), (<http://rc.bappenas.go.id/index.php?cID=8595>, di akses pada tanggal 23 Desember 2015).
- Basuki, Sulisty. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Penaku
- Cobbinah, Patrick Brandful. 2015. *Contextualising the meaning of ecotourism*. *Tourism Management Perspectives* 16, p. 179–189.
- Damanik, J dan Weber, H.F. (2006) *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Damardjati, R.S. 2001. *Istilah – Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- David, Fred R. 2015. *Strategic Management : Concept and Cases*. New Jersey : Pearson.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Malang. 2009. *Rencana Zonasi Pesisir Desa Purwodadi* : DPK, Malang.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. 2014. *Visit Kabupaten Malang*, Malang : Disbudpar.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan WWF-Indonesia. 2009. *Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat* : Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Jakarta.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2015. *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey : Prentice Hall.
- Honey, Marta. 1999. *Ecotourism and Sustainable Development : Who own paradise ?*. Island Press : Washington DC.
- Hakim, Lukman. 2004. *Dasar – dasar Ekowisata*. Malang : Bayu Media.
- IES, 2002. *Ecotourism Statistical Fact Sheet*. The International Ecotourism Society. Canberra, Australia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mariangela et al., 2008, *4L Tourism (landscape, leisure, learning and limit) : responding to new motivations and expectations of tourists to improve the competitiveness of Alpine destinations in a sustainable way*, Emerald Group Publishing Limited, volume 63 no 1, p 7.

- Nugroho, Iwan. 2015. *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Pitana, I Gede dan K.S. Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Aksa, Mastuti H. 2011. *Teori dan Kasus : Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Republik Indonesia. 2009. Undang Undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sugiono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Tanaya, D. R dan I. Rudiarto. 2014. Potensi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Rawa Pening, Kabupaten Semarang. *Jurnal Teknik PWK Undip*. Volume 3, no 1. Hal 71 – 81.
- Triana, Neli. 2016. Menata Kepulauan Seribu Tidak Bisa Sembarangan . *Harian Kompas*.<http://travel.kompas.com/read/2016/03/08/143900927/Menata.Kepulauan.Seribu.Tidak.Bisa.Sembarangan?page=all>. 18 maret 2016.
- Yoeti, O.A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa.
- _____. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa.