

Strategi Pengembangan Desa Wonokriti Sebagai Desa Wisata Edelweis Di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Amin Kiswantoro

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta
aminkiswantoro@gmail.com

Dwiyono Rudi Susanto

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

ABSTRACT

Edelweis tourism village is one of the tourist villages located in Pasuruan Regency, East Java. This tourist village is still in the Bromo Tengger Semeru National Park area. This tourist village has the main tourism potential, namely the Edelweiss flower or eternal flower. In this research, using descriptive analysis which is qualitative in nature. The data obtained were then analyzed using SWOT analysis. From the results of this study, the development strategy of Wonokriti Village as an Edelweiss tourism village is obtained, including holding activities related to the Edelweiss flower, making this village a center for educational tourism, especially edelweiss flowers, developing tourism supporting infrastructure, holding hospitality training for human resources involved in management. Edelweiss Tourism Village.

Keywords: Edelweiss, SWOT, Tourism, Village, Wonokriti

ABSTRAK

Desa wisata Edelweis merupakan salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Desa wisata ini masih berada di dalam kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Desa wisata ini memiliki potensi wisata yang utama, yaitu bunga Edelweis atau bunga abadi. Dalam penelitian ini menggunakan analisis diskriptif yang bersifat kualitatif. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis SWOT. Dari hasil penelitian ini diperoleh strategi pengembangan Desa Wonokriti sebagai desa wisata Edelweis, diantaranya adalah mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan bunga Edelweis, menjadikan desa ini sebagai pusat wisata edukasi khususnya bunga edelweiss, mengembangkan sarana prasana pendukung pariwisata, mengadakan pelatihan hospitality bagi SDM yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Edelweis.

Kata Kunci : Desa, Edelweis, Wisata, Wonokriti, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang beragam seperti gunung, pantai, bukit juga hutan. Kekayaan alam ini bisa menjadi salah satu potensi daya tarik wisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke lokasi tersebut. Salah satu dampak positifnya adalah bisa meningkatkan pendapatan negara dengan menyumbang devisa. Jika dikelola secara optimal, sektor pariwisata dapat menjadi salah satu bidang yang mendorong peningkatan ekonomi masyarakat. Pariwisata saat ini telah berkembang secara pesat. Hal ini dikarenakan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya melakukan kegiatan wisata. Salah satu lokasi wisata yang banyak diminati adalah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru terletak di Jawa Timur, tepatnya berada di Kabupaten Malang, Pasuruan, Probolinggo dan Lumajang. Taman Nasional ini dikelola oleh Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dengan tugas utamanya mengelola, konservasi dan pelestarian tumbuhan dan satwa serta perlindungan ekosistem yang ada di taman nasional. Umumnya, Kawasan TNBTS terdiri dari Cagar Alam Laut Pasir Tengger, Cagar Alam Ranu Kumbolo, Cagar Alam Ranu Pani-Ranu Regulo, Taman Wisata Ranu Darungan, Taman Wisata Tengger Laut Pasir, Hutan Produksi dan Hutan Lindung, dengan luas area sekitar 50.276,3 ha (bromotenggersemeru.org). Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) tercatat sebanyak 690.831 dengan rincian 669.422 orang berasal dari dalam negeri, sedangkan 21.409 orang berasal dari luar negeri. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Sub Bagian Data Evaluasi Pelaporan dan Kehumas BB-TNBTS, Sarif Hidayat (jatim.inews.id).

Untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada di TNBTS ini, Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BB-TNBTS) melibatkan peranan masyarakat. Salah satunya di Desa Wonokriti yang terletak di Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan. Desa Wonokriti diresmikan sebagai desa wisata pada tahun 2018 sesuai SK Bupati. Desa Wonokriti dinobatkan sebagai desa wisata dikarenakan memiliki potensi sebagai salah satu destinasi wisata yang berada di Kawasan TNBTS, yaitu bunga Edelweis. Bunga Edelweis memiliki nama latin *Anaphalis javanica*, dikenal sebagai “bunga abadi” karena memiliki waktu mekar yang cukup lama, yaitu 10 tahun lamanya. Selain itu, bunga ini banyak dijumpai di gunung. Bunga ini sudah tidak asing lagi bagi para pendaki, karena bunga ini tidak boleh dipetik. Bahkan larangan ini telah tertuang dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1990 pasal 33 ayat 1 dan 2 tentang Konservasi Sumber Daya Hayati dan Ekosistem. Bagi siapa saja yang melanggar UU ini, maka dapat dikenai hukuman selama 5 tahun atau denda hingga Rp 100 juta.

Bunga Edelweis dapat dijumpai dengan mudah di Desa Wonokriti, sehingga desa ini dibina untuk mengelola potensi pariwisata agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Salah satunya dibidang ekonomi, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Wonokriti. Namun, di dalam pelaksanaannya, pengelolaan desa wisata ini belum optimal dikarenakan kendala beberapa faktor, seperti SDM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui strategi yang tepat dalam mengembangkan potensi pariwisata di Desa Wonokriti di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

TINJAUAN LITERATUR

Pariwisata

Definisi wisata dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Pasal 1, yaitu “Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara”. Sedangkan definisi pariwisata diartikan dengan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung sebagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”. Selain wisata dan pariwisata, dikenal juga istilah destinasi wisata, yaitu sebuah tempat atau daerah yang menjadi tujuan objek wisata (Nurchayati, 2016). Sedangkan menurut Hidayah (2019) destinasi pariwisata merupakan suatu wilayah geografis (seperti negara, pulau kab/kota, kecamatan, desa, kampung atau kawasan pariwisata) yang memiliki daya tarik (seperti atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, SDM, citra dan harga) untuk dikunjungi dan ditinggali oleh individu atau kelompok secara sementara dalam suatu perjalanan yang disebut dengan migrasi wilayah. Menurut Meidila (2014) dalam Suharto, daya tarik wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu Daya Tarik Wisata Alam, Daya Tarik Wisata Sosial Budaya dan Daya Tarik Wisata Minat Khusus.

Menurut UU No. 10 tahun 2009, kekayaan alam, flora, fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni dan budaya termasuk dalam kategori sumber daya dan modal pembangunan. Sumber daya tersebut dapat dijadikan sebagai potensi pariwisata bagi suatu daerah. Pariwisata juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa inggris disebut dengan “*Tour*” (

Yoeti, 1991). Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab utama seseorang melakukan perjalanan wisata. Salah satunya adalah daya tarik wisata yang dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, daya tarik tersebut diantaranya sumber daya alam dan budaya dari suatu daerah. Daya tarik wisata menjadi motivasi utama wisatawan melakukan kegiatan pariwisata (Rakib, 2017). Tujuan adanya pariwisata menurut UU No. 10 tahun 2009 pasal 4, yaitu untuk (1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat, (c) Menghapus kemiskinan, (d) Mengatasi pengangguran, (e) Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya alam, (f) Memajukan kebudayaan (g) Mengangkat citra bangsa, (h) Memupuk rasa cinta tanah air, (i) Memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan (j) Mempererat persahabatan antar bangsa”.

Usaha pariwisata dapat dapat dikaitkan dengan sarana pokok kepariwisataan yaitu perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 1996). Sebagai salah satu industri yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi (Wahab, 1975). Sementara itu menurut Kim & Brown (2012) produk pariwisata sendiri terdiri dari sekelompok atraksi, fasilitas dan layanan kepada wisatawan.

Untuk mengembangkan sektor pariwisata di suatu daerah tidak hanya dibutuhkan daya tarik wisata tetapi usaha pariwisata lainnya, yang meliputi kawasan pariwisata, jasa transportasi, akomodasi, perjalanan wisata, makanan dan minuman, penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggara MICE, jasa informasi pariwisata, konsultan pariwisata, pramuwisata, wisata tirta, dan spa (UU No. 10 tahun 2009). Rakib (2017) juga menjelaskan bahwa pengembangan industri

pariwisata dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sarana dan prasarana yang baik, memiliki produk dan jasa yang ditawarkan kepada wisatawan serta aksebilitas yang mudah dicapai oleh wisatawan. Tidak boleh dilupakan ialah penggunaan berbagai media sosial sangat penting dalam pengembangan pariwisata (Priatmoko & David, 2021). Hal ini dikarenakan wisatawan akan memilih berkunjung ke sebuah destinasi wisata yang memiliki daya tarik wisata dan kualitas yang baik dari sebuah lokasi wisata (Brahmanto, 2017).

Desa Wisata

Menurut Nuryati (1993), desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pedukung yang disajikan dalam satu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku. Sedangkan menurut Joshi (2012) dalam Antara (2015), Desa Wisata (*rural tourism*) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan). Untuk menjadi sebuah desa wisata harus memiliki 2 komponen utama, yaitu akomodasi dan atraksi. Akomodasi merupakan sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk. Sedangkan Atraksi merupakan seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif, seperti kursus tari, bahasa dan kegiatan lain yang lebih spesifik.

Desa-desa yang memiliki potensi keindahan alam, budaya seperti kerajinan dan perdesaan ziarah, sebenarnya dapat diangkat sebagai objek wisata perdesaan percontohan yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi daerah (Suyatna, 2005). Menurut

Antara (2015), sistem elemen pembentuk desa wisata terdiri dari akomodasi, atraksi wisata masyarakat lokal, promosi dan infrastruktur. Sebagai desa wisata, peranan masyarakat lokal sangat berpengaruh dalam pengembangan pariwisata. Menurut Kachniewska (2015) dalam Meitolo, dalam pelaksanaanya sangat dibutuhkan keahlian, kesadaran dari masyarakat lokal serta kerjasama dengan para pemangku kepentingan.

Untuk menjadi sebuah desa wisata, maka harus memenuhi beberapa kriteria, seperti atraksi wisata, jarak tempuh, besar desa, system kepercayaan dan kemasyarakatan, dan infrastruktur. Atraksi wisata meliputi alam, budaya maupun buatan manusia. Atraksi yang dipilih adalah atraksi yang paling menarik dan atraktif yang dimiliki oleh desa tersebut. Sedangkan kriteria jarak tempuh diukur dari ibu kota provinsi maupun kabupaten dan juga dari Kawasan utama tempat tinggal wisatawan. Kriteria besar desa menyangkut dengan jumlah rumah penduduk, karakteristik maupun luas wilayah desa tersebut sebagai daya dukung terhadap kepariwisataan. Sedangkan system kepercayaan dan kemasyarakatan ini berkaitan dengan agama yang dianut oleh masyarakat dan system kemasyarakatan yang ada di desa tersebut. Hal ini menjadi salah satu aspek atau unsur penting karena berkaitan dengan aturan yang ada atau berlaku di dalam komunitas atau masyarakat dari sebuah desa. Sedangkan infrastruktur, meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, ketersediaan air bersih, adanya jaringan listrik dan juga telepon. Dari kriteria tersebut maka dapat dilihat karakteristik dari desa tersebut, sehingga dapat menentukan bahwa desa tersebut termasuk dalam kategori wisata untuk singgah sementara, *one day trip* atau tinggal inap.

Kebijakan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata

Menurut Pitana (2009), kebijakan adalah arah atau tuntutan dalam pelaksanaan suatu kegiatan oleh suatu pemerintah yang diekspresikan dalam sebuah pernyataan umum mengenai tujuan yang ingin dicapai, yang menuntun Tindakan dari para pelaksana, baik dipemerintahan maupun di luar pemerintahan, dalam mewujudkan harapan yang telah ditetapkan tersebut. Salah satu bentuk kebijakan pengembangan pariwisata adalah dengan adanya Instruksi Presiden R.I. No. 9 Tahun 1969 pasal 3 yang disebutkan bahwa usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara. Sesuai dengan instruksi presiden tersebut, dikatakan pula bahwa tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia, yaitu (1) meningkatkan pendapatan devisa negara pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan kerja serta mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya, (2) memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia, dan (3) meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional.

Selain tertuang dalam Instruksi Presiden, kebijakan pengembangan pariwisata juga terdapat dalam Undang-undang No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, pasal (5), menyatakan bahwa Pembangunan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata, kemudian pasal (6) dinyatakan bahwa, pembangunan obyek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan

beberapa aspek, seperti (a) Kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya; (b) Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat; (c) Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; (d) Kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri.

Sedangkan pengembangan merupakan suatu proses, cara, perbuatan menjadikan sesuatu menjadi lebih baik, maju, sempurna dan berguna. Pengembangan merupakan suatu proses/aktivitas memajukan sesuatu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa dengan meremajakan atau memelihara yang sudah berkembang agar menjadi lebih menarik dan berkembang (Alwi, at al. 2005). Menurut Pitana (2005), pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Dalam perencanaan pengembangan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat (lokal) khususnya yang berada di sekitar destinasi wisata, karena masyarakat setempat merupakan pemilik dan lebih mengetahui destinasi tersebut (Ridwan, 2012). Selain itu, Ridwan (2012) juga mengemukakan bahwa ada lima pendekatan perencanaan pengembangan pariwisata yang perlu diketahui dan diaplikasikan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata, yaitu: (1) pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal, (2) pendekatan berkelanjutan, (3) pendekatan kesisteman, (4) pendekatan kewilayahannya, dan (5) pendekatan dari sisi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*).

Menurut Holloway at al (2009) bahwa pariwisata adalah aktivitas dari pemanfaatan waktu luang atau leisure, dan keluar negara untuk mencari sesuatu yang berbeda dari kebiasaan sehari-hari dan memberikan dampak ekonomi pada masyarakat lokal.

Lebih jauh Beech J & Simon C. (2006) berusaha memberikan definisi pariwisata secara lebih akademis, bahwa *the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business or other purposes.*

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lainnya yang dilalui selama perjalanannya (misalnya daerah transit). Suatu tempat akan memiliki batas-batas tertentu baik secara aktual maupun hukum. Menurut Richardson dan Fluker (2004) destinasi pariwisata didefinisikan sebagai: "A significant place visited on a trip, with some form of actual or perceived boundary. The basic geographic unit for the production of tourism statistics" (Richardson dan Fluker, 2004). Di lihat dari apa yang diuraikan oleh Beech J & Simon C (2006), tampaknya kegiatan pariwisata sangat dekat dengan dinamisnya kehidupan manusia yang di satu sisi didasari oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu untuk liburan.

Destinasi dapat dibagi menjadi, *destination area*" yang oleh WTO didefinisikan sebagai berikut: "Part of destination. A homogeneous tourism region or a group of local government administrative regions" (WTO in Richardson dan Fluker, 2004). Dalam mendiskusikan destinasi pariwisata, kita juga harus mempertimbangkan istilah „region“ yang didefinisikan sebagai berikut: "(1) A grouping of countries, usually in a common geographic area, (2) An area within a country, usually a tourism destination area" (Richardson dan Fluker, 2004). Tujuan utama dari penggunaan model siklus hidup destinasi (*destination lifecycle model*) yaitu sebagai alat untuk memahami evolusi dari produk dan destinasi pariwisata. Hal ini dipertegas oleh Richardson dan Fluker (2004) yang

dimaksud dengan siklus hidup destinasi (*destination lifecycle model*) yaitu sebagai berikut.

Pengembangan destinasi pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya. Prinsip perancangan kawasan alam merupakan dasar-dasar penataan kawasan memasukan aspek yang perlu dipertimbangkan dan komponen penataan kawasan tersebut. Gunn, et. al (2002) mengemukakan bahwa suatu kawasan wisata yang baik dan berhasil secara optimal didasarkan pada empat aspek yaitu :1) Mempertahankan kelestarian lingkungannya, 2) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kawasan tersebut, 3) Menjamin kepuasan pengunjung, 4) Meningkatkan keterpaduan dan kesatuan pembangunan masyarakat di sekitar kawasan dan zona pengembangan.

Penataan kawasan wisata alam mencakup penetapan peruntukan lahan yang terbagi menjadi tiga, yaitu : 1) zona preservasi, 2) zona konservasi, 3) zona pemanfaatan. Menurut Rijksen (1981), konservasi merupakan suatu bentuk evolusi kultural atau perubahan budaya dimana pada saat dulu, upaya konservasi lebih buruk daripada saat sekarang. Sedangkan menurut Wayne Attoe (1979), yang dapat dikonservasi adalah lingkungan alam (seperti daerah pantai, hutan, lereng pegunungan dan lokasi arkeologi), kawasan kota dan perdesaan, skyline dan pemwisatawanngan koridor wilayah, bagian depan suatu gedung (fasade) dan bangunan serta unsur dari bangunan.

Menurut Suwantoro(1996), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata daerah tujuan wisata meliputi (1) obyek dan daya tarik wisata, dan (2) sarana dan prasarana wisata. Daya tarik dan obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah tujuan wisata. Obyek dan daya Tarik wisata dapat berupa keindahan alam (pantai, gunung, hutan dan lain-lain) dan atraksi wisata (kesenian, upacara adat, sejarah). Sedangkan sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisata. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan didaerah tujuan wisata seperti hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Lain halnya dengan prasarana wisata, yaitu merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Untuk dapat bertahan, sebuah tempat wisata perlu dikembangkan mengikuti kemajuan zaman.

Menurut Yoeti (1997), pengembangan pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu: (a) Wisatawan (Tourist) harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan; (b) transportasi harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju; (c) atraksi/obyek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat seperti; Apa yang dapat dilihat (something to see); Apa yang dapat dilakukan (something to do); Apa yang dapat dibeli (something to buy); (d) fasilitas

pelayanan apa saja yang tersedia di DTW tersebut (bagaimana akomodasi perhotelan yang ada), restaurant , pelayanan umum seperti Bank/money changers, kantor pos, telepon/teleks yang ada di DTW tersebut; (e) informasi dan promosi (kapan iklan dipasang, kemana leaflets /brosur disebarluaskan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya, karena fungsi dan tugas dari organisasi pariwisata pada umumnya).

METODE PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Teknik analisa yang digunakan adalah analisis triangulasi dan analisis SWOT yang bertujuan menemukan strategi pengembangan Desa Wonokriti sebagai Desa Wisata Edelweis. Menurut Sutopo (2006) triangulasi merupakan cara yang paling umum digunakan bagi peningkatan validitas data dalam penelitian kualitatif. Teknik Triangulasi dibagi menjadi empat, yaitu (1) triangulasi data/sumber (*data triangulation*), (2) triangulasi peneliti (*investigator triangulation*), (3) triangulasi metodologis (*methodological triangulation*), dan (4) triangulasi teoritis (*theoretical triangulation*). Sedangkan menurut Sugiyono (2011), triangulasi diartikan sebagai Teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan triangulasi terhadap data hasil observasi di lapangan, data interview atau wawancara dengan narasumber serta dokumen-dokumen pendukung Desa Wonokriti.

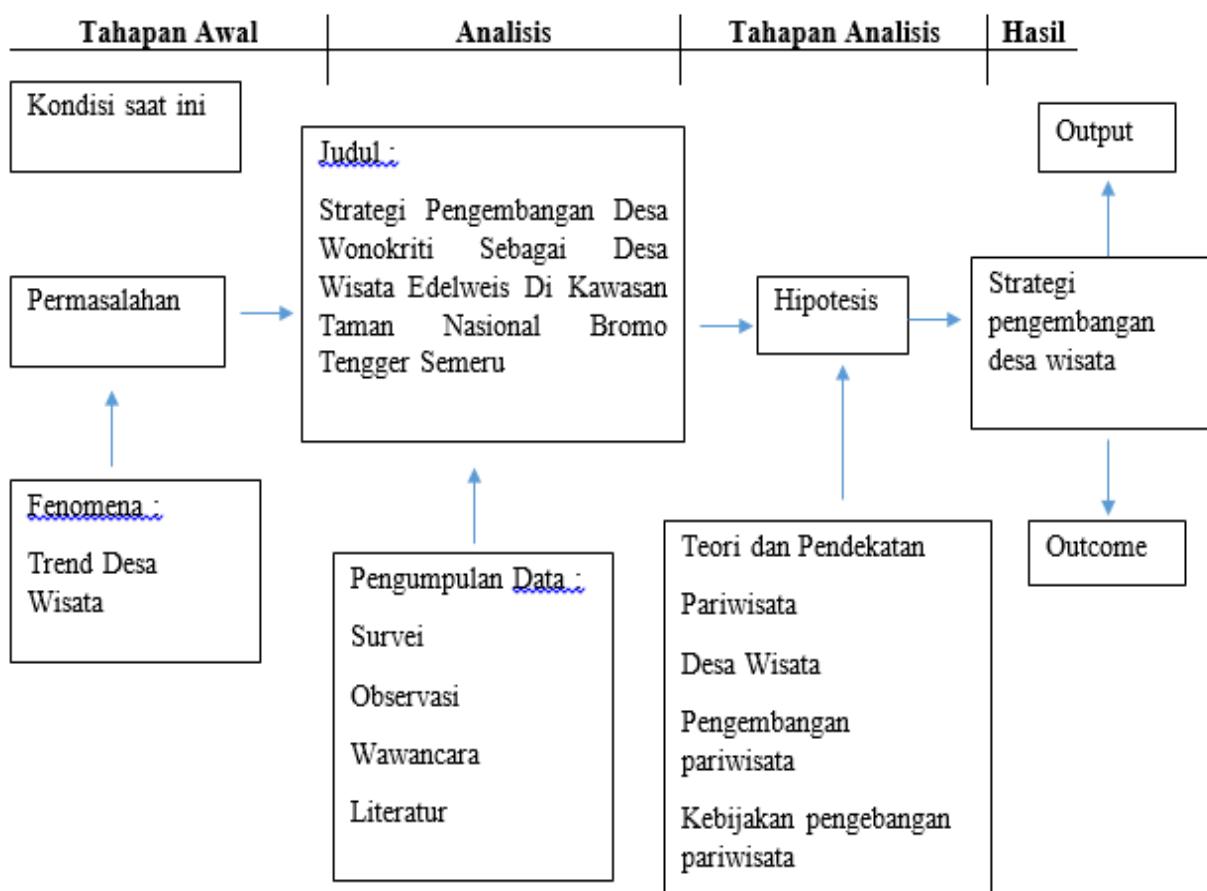
Teknik Pengambilan Data

Pada proses pengambilan data dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi wisata atau observasi untuk melakukan kegiatan pengamatan secara langsung di lokasi wisata dan melakukan interview dengan beberapa pihak yang dijadikan sebagai sumber informasi di lokasi wisata, yaitu pengelola wisata dan wisatawan. Selain

itu, data pendukung juga diperoleh dari pustaka, seperti sejarah maupun dokumen yang berkaitan dengan Desa Wonokriti.

Alur Pikir Penelitian

Berikut alur penelitian yang menggambarkan apa saja yang dikerjakan dalam penelitian ini dari awal hingga akhir sekaligus capaian peneliti



Gambar 1. Diagram Alur Proses Penelitian

Sumber: peneliti, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Wonokriti

Desa Wonokriti merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan. Desa ini masih berada di sekitar 127es ain Taman Nasional Bromo

Tengger Semeru (TNBTS). Awal mula terbentuknya desa wisata Edelwais bertujuan untuk melestarikan kebudayaan masyarakat Desa Wonokriti yang memanfaatkan bunga Edelwais untuk kegiatan upacara adat, bunga ini dianggap sakral. Sebelumnya, masyarakat terbiasa mengambil bunga

Edelweis yang tumbuh secara bebas di pegunungan, sehingga menyebabkan jumlah bunga di alam bebas berkurang adanya larangan untuk memetic bunga langka ini menyebabkan Balai Besar TNBTS melakukan pembinaan terhadap masyarakat untuk membentuk sebuah Kelompok Tani bernama Hulun Hyang yang menginisiasi agar masyarakat bisa menanam sendiri bunga Edelweis (kompas.com).



Gambar 2.Gerbang atau pintu masuk Desa Wonokriti

Sumber: Dokumen penulis, 2019



Gambar 3. Bunga Edelweiss di Desa Wonokriti

Sumber: Dokumen penulis, 2019

Desa Wonokriti menjadi desa bagi konservasi bunga Edelweis yang selanjutnya berkembang menjadi desa wisata, dikarenakan potensi yang dimiliki yaitu bunga Edelweis. Disini, selain menjadi salah satu tempat resmi pembelian bunga Edeweis juga menjadi salah satu tempat belajar

bagaimana cara budidaya bunga Edelweis. Daya wisata lain yang dimiliki Desa Wonokriti adalah pemandangan alam yang bagus, bernuansa pegunungan dengan hamparan bunga Edelweis, dimana biasanya bunga ini hanya dapat dijumpai di gunung.

Aksesibilitas

Menurut Sammeng (2000) dalam Rossadi, dengan adanya kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai macam alat trasnportasisudah tersedia beragam jenisnya dan menjadi salah satu pendukung serta pendorong kemajuan pariwisata. Untuk menuju desa wisata Edelweis yang berada di Desa Wonokriti, wisatawan dapat menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat menuju kabupaten Pasuruan. Lokasinya berada sekitar 500 m dari pintu masuk Bromo ke arah utara Desa Sedaeng. Desa wisata ini berada di tepi jalan raya sehingga mudah dilihat oleh wisatawan yang ingin berkunjung. Namun, jika dilihat dari kondisi jalan, masih ada beberapa jalan yang rusak dan berlubang.

Atraksi

Salah satu kekuatan yang dimilikim oleh Desa Wonokriti selain adanya bunga Edelweis adalah adat istiadat. Masyarakat di Desa Wonokriti masih menjunjung tinggi warisan budaya leluhur mereka, berupa kepercayaan adat istiadat. Di desa ini masih melaksanakan tradisi nenek moyang yang berupa upacara-upacara adat serta keagamaan yang rutin dilaksanakan setiap tahun, seperti kegiatan upacara Karo, Kasada, Barikan, Pujan, Pagenepan, Entasentas dan Slametan. Selain sebagai asset desa wisata, bunga Edelweis juga digunakan dalam kegiatan upacara adat bagi masyarakat Desa Wonokriti. Oleh karena itu, adanya kegiatan budidaya bunga Edelweis juga dimanfaatkan untuk kegiatan upacara keagamaan maupun adat selain sebagai daya

tarik wisata. Atraksi yang terkait dengan budaya sangat penting untuk kegiatan pariwisata berbasis masyarakat (Priatmoko et al., 2021). Bahkan masyarakat di Desa Wonokriti masih memegang teguh kepercayaan leluhur, salah satunya adalah

melarang orang luar untuk tinggal menetap di desa tersebut. Tidak hanya itu, di desa ini masih menganut kepercayaan kepada dukun. Berikut beberapa atraksi yang sudah ada di Desa Wonokriti:

Tabel 1. Atraksi Wisata di Desa Wonokriti

No	Jenis Atraksi
1	Wisata alam bunga edelweiss
2	Upacara Karo
3	Upacara Kasada
4	Upacara Barikan
5	Upacara Pujan
6	Upacara Pageneban
7	Upacara Entas-entas
8	Upacara Slametan

Sumber: penulis. 2019



Gambar 4. Proses Budidaya Tanaman Edelweiss (Sumber: Dokumen penulis, 2019)



Gambar 5. Hasil Panen Budidaya Edelweiss di Desa Wonokriti
Sumber: Dokumen penulis, 2019

Amenitas

Dilihat dari sisi amenitas, desa wisata ini sudah memiliki beberapa fasilitas pendukung wisata, seperti penginapan, warung makan dan tempat untuk membeli oleh-oleh atau souvenir. Namun, jika dilihat dari jumlahnya, tempat wisata ini masih memiliki kekurangan, seperti minimnya toilet, tempat sampah, lahan parkir maupun tempat ibadah.

Fasilitas Pendukung

Dilihat dari lokasinya, desa wisata ini sangat dekat dengan beberapa destinasi wisata lain, seperti Puncak Penanjakan, Bromo, Kawah Bromo dan Bukit Cinta.

Analisa SWOT

Dari hasil observasi di Desa Wisata Edelweis, ditemukan beberapa kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan juga ancaman (*Threat*) sebagai berikut:

Table Analisis SWOT

Analisa SWOT faktor internal strategi

Strength	Weakness
Memiliki daya tarik wisata, yaitu adanya bunga Edelweis	Aksesibilitas menuju lokasi wisata kurang bagus, masih ada jalan yang berlubang dan rusak
Memiliki atraksi wisata berupa kegiatan upacara adat-isiadat Desa Wonokriti	Jumlah fasilitas pendukung seperti toilet, dll masih kurang memadai
Masyarakat masih menjunjung tinggi nilai-nilai budaya warisan leluhur	Peranan masyarakat atau pengelola masih belum maksimal dalam mengelola potensi pariwisata
Menjadi tempat penjualan resmi bunga Edelweis	Belum memiliki fasilitas sarana prasarana bagi wisatawan berkebutuhan khusus atau penyandang disabilitas
Menjadi wisata edukasi, yaitu budidaya tanaman Edelweis	Minimnya informasi bagi wisatawan
Berada di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	

Analisa swot faktor eksternal strategi

Opportunity	Threat
Mengadakan event yang berkaitan dengan bunga Edelweis	Terjadinya bencana alam, seperti longsor
Menjalin Kerjasama dengan pihak ketiga untuk memajukan desa wisata Edelweis	Adanya destinasi wisata lain yang serupa, yaitu desa wisata Edelweis yang berada di sekitar Desa Wonokriti
Mengembangkan potensi wisata edukasi berkaitan dengan budidaya bunga Edelweis	

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2021

Untuk mengembangkan sebuah destinasi pariwisata, maka diperlukan sebuah strategi yang tepat. Menurut Tjiptono (2000) dalam Nieamah strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, daneksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dari analisis SWOT tersebut, maka dapat diperoleh rumusan strategi pengembangan Desa Wisata Edelweis di Desa Wonokriti, yaitu:

1. Mengadakan kegiatan atau event yang berkaitan dengan bunga Edelweis, seperti saat bunga tersebut mekar. *Moment* ketika bunga Edelweis akan mekar bisa menjadi salah satu peristiwa yang berharga bagi wisatawan. Hal ini

bisa menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk menyaksikan secara langsung kapan dan bagaimana bung aini mekar, sehingga event ini bisa menjadi salah datu daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Edelweis.

2. Mengembangkan wisata edukasi, yaitu sebagai pusat budidaya bunga Edelweis. Bunga Edelweis telah dikenal sebagai bunga abadi, tentunya banyak kalangan yang ingin mengetahui bagaimana cara atau teknik budidaya bung aini, terutama di kalangan pelajar. Hal ini dapat menjadi salah satu jenis wisata edukasi, dimana wisatawan tidak hanya sekedar berwisata tetapi sekaigus belajar. Jenis

- wisata ini sangat cocok untuk kalangan pelajar ataupun anak muda, sehingga mereka dapat menghargai bunga abadi ini dan tidak memetiknya jika berada di atas gunung.
3. Mengembangkan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, seperti pengadaan tempat sampah, toilet, petunjuk jalan maupun kondisi jalan menuju desa wisata Edelweis. Sarana dan prasarana serta fasilitas pendukung dapat menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata Edelweis, dikarenakan kondisi destinasi wisata yang baik dapat memberikan penilaian ataupun citra yang baik dimata masyarakat, sehingga wisatawan bisa merekomendasikan destinasi wisata ini kepada wisatawan lain.
 4. Mengembangkan pariwisata menuju *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan adalah kepariwisataan yang dikembangkan dalam memperhatikan kelestarian alam dan budaya masyarakat setempat sehingga dapat diwariskan untuk generasi mendatang (Sugiama, 2011). Pariwisata yang akan bertahan adalah pariwisata yang memperhatikan faktor keberlanjutan, terlebih jika daya tarik utamanya adalah wisata alam, maka pengelola harus memperhatikan aspek lingkungan maupun keberlanjutan dari destinasi wisata, seperti menjaga lingkungan dari sampah dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan.
 5. Mengadakan pelatihan *hospitality* bagi SDM yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata Edelweis. Faktor lain dalam menarik wisatawan adalah dengan pelayanan, pelayanan yang baik akan memberikan penilaian yang baik terhadap sebuah destinasi wisata.
 6. Terlebih jika pengelola pariwisata merupakan masyarakat setempat yang masih awam dengan kegiatan pariwisata, maka diperlukan pelatihan khusus bagi SDM yang terlibat agar bisa melayani wisatawan sesuai dengan standar pelayanan dalam dunia pariwisata.
 7. Mengadakan Kerjasama dengan destinasi wisata di sekitar desa wisata Edelweis, seperti pembuatan paket wisata. Untuk mengembangkan desa wisata Edelweis dan desa wisata di sekitarnya dapat saling bekerjasama dengan cara membuat paket wisata yang bisa ditawarkan kepada wisatawan, tujuannya adalah untuk berkembang bersama, sehingga tidak hanya salah satu destinasi wisata yang lebih unggul dari destinasi lainnya.
 8. Mengoptimalkan potensi yang dimiliki desa Wonokriti dalam bidang budaya sebagai salah satu atraksi wisata, seperti kegiatan upacara adat (Upacara Galungan, Kuningan, Karo, Pujan Kesongo), kesenian rakyat (tari tani Edelweis, Tari Ujung dan Musik Baleganjur), pakaian adat tengger dan festival makanan tradisional (Bledus, Jadah, Jenang, Nasi Aron dan Pasung Pipis)
 8. Meningkatkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti media social. Selain itu, pemasaran juga bisa dilakukan dengan mengadakan Kerjasama pemerintah setempat untuk berperan dalam memasarkan pariwisata desa Wonokriti.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Desa Wonokriti memiliki banyak potensi pariwisata sebagai Desa Wisata Edelweis. Namun, dalam pengelolaannya, Desa Wisata Edelweis

masih belum optimal, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat untuk mengelola potensi pariwisata yang dimiliki oleh Desa Wonokriti. Dilihat dari faktor internal dan eksternal, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan di Desa Wonokriti untuk mengembangkan potensi pariwisata sebagai Desa Wisata Edelweis, yaitu (1) Mengadakan kegiatan atau event yang berkaitan dengan bunga Edelweis, seperti saat bunga tersebut mekar, (2) Mengembangkan wisata edukasi, yaitu sebagai pusat pengembangan bunga Edelweis, (3) Mengembangkan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, seperti pengadaan tempat sampah, toilet, petunjuk jalan maupun kondisi jalan menuju desa wisata Edelweis, (4) Mengembangkan pariwisata menuju *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan, (5) Mengadakan pelatihan *hospitality* bagi SDM yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata Edelweis, (6) Mengadakan Kerjasama dengan destinasi wisata di sekitar desa wisata Edelweis, seperti pembuatan paket wisata, (7) Mengoptimalkan potensi yang dimiliki desa Wonokriti dalam bidang budaya sebagai salah satu atraksi wisata, seperti kegiatan upacara adat (Upacara Galungan, Kuningan, Karo, Pujan Kesongo), kesenian rakyat (tari tani Edelweis, Tari Ujung dan Musik Baleganjur), pakaian adat tengger dan festival makanan tradisional (Bledus, Jadah, Jenang, Nasi Aron dan Pasung Pipis), (8) Meningkatkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti media social. Selain itu, pemasaran juga bisa dilakukan dengan mengadakan Kerjasama pemerintah setempat untuk berperan dalam memasarkan pariwisata desa Wonokriti.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, at al. 2005.Kamus Besar Bahasan Indonesia Edisi Ketiga. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional. Balai Pustaka.

- Antara, Made. Arida Sukma. 2015. *Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal*. Bali: Konsorsium Riset Pariwisata (KRP) Universitas Udayana.
- Brahmanto,, E. Hermawan., H dan Hamzah., F. 2017 Strategi Pengembangan Kampung Batu Sebagai Daya Tarik Wisata Minta Khusus. Jurnal Media Wisata. Vol.15 No.2. Hal 1-13 2.
- Beech, John dan Simon Chadwick. 2006. The Business of Tourism Management. England. Pearson Education.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases (4th ed.). New York: Routledge.
- Hidayah, Nurdin (2019). Pemasaran Destinasi Pariwisata, Alfabeta, Bandung
- Holloway, J. Christopher, Humphreys , Claire, dan Davidson, Rob. (2009). The Business of Tourism, 8th Edition. England: Pearson Education Limited
- Hulu, Meitolo. (2018). Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan Studi Kasus : Desa Wisata “Blue Lagoon” di Kabupaten Sleman, DIY. Journal of Tourism and Economic, 1 (2), 73-81
- Kim, A.K. and Brown, G. (2012). *Understanding the relationships between perceived travel experiences, overall satisfaction, and destination loyalty, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 23 No. 3, pp. 328-347
- Nieamah, Kartika Fajar, Purwoko, Yitno. (2021). Strategi Pengembangan Healthtourism Di Yogyakarta. Journal of Tourism and Economic, 4 (1), 38-46
- Nurchayati dan Ratnawati., A. T. 2016. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang. Prosiding Seminar Nasional Multi

- Disiplin Ilmu ke 2 Tahun 2016. Hal 180-90. ISBN 978- 979-3649-96-2
- Nuryanti,Wiendu 1993. Concept, Perspective and Challangs, Makalah
- Pitana, I Gede. Dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Priatmoko, S., & David, L. D. (2021). Winning tourism digitalization opportunity in the Indonesia CBT business. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 800–806. <https://doi.org/10.30892/GTG.37309> -711
- Priatmoko, S., Kabil, M., László, V., Pallás, E. I., & Dávid, L. D. (2021). Reviving an unpopular tourism destination through the placemaking approach: Case study of Ngawen temple, Indonesia. *Sustainability* (Switzerland), 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126704>
- Rakib. M. 2017. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata. *Jurnal Kepariwisataan*. Vol 01 N0.02. Hal 54-69. ISSN 2580-5681
- Richardson & Fluker. 2004. Understanding and Managing Tourism. Australia: Pearson Education Australia, NSW Australia
- Ridwan, 2012. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT Sofmedia
- Rossadi, Leylita Novita, Widayati, Endang. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1 (2), 109-116
- Sugiama, A Gima. 2013. Manajemen Aset Pariwisata: Pelayanan Berkualitas Agar Wisatawan Puas dan Loyal. Guardaya Intimarta. Bandung, hal 65
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung : Alfabeta
- Suharto. (2018). Pengelolaan Daya Tarik Pantai Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pantai Gesing Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1 (2), 92-100
- Sutopo, H.B. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: Penerbit Universitas Sebelas Maret
- Tjiptono, F. 2000, Strategi Pemasaran, edisi 2, Yogyakarta.
- Undang-undang RI No.9 Tahun 1990. Tentang Kepariwisataan. Jakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Wahab,Salah. 1975. *Tourism Management*. London:Tourism International Press
- Yoeti, Oka A. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa. Bandung
- Yoeti, Oka A. 1997. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT. Pradnya Paramita. Jakarta

Internet

- Bromo Tengger Semeru. 2020. Profil Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. <https://bromotenggersemeru.org/page-static/profil> [3 Januari 2020]
- Sarif Hidayat. 2020. Jumlah Wisatawan Bromo Tengger Semeru Menurun Selama 2019. <https://jatim.inews.id/berita/jumlah-wisatawan-bromo-tengger-semeru-menurun-selama-2019> [10 Februari 2020]

Kompas. 2020. Desa Wisata Edelweis Wonokitri, Tempat Resmi Beli Bunga Edelweis.
<https://travel.kompas.com/read/2020/>

09/02/180500727/desa-wisata-edelweis-wonokitri-tempat-resmi-beli-bunga-edelweis?page=all [10 September 2020]