

---

## PENGEMBANGAN PAKET WISATA DI DESA GOMBENGSARI KABUPATEN BANYUWANGI

---

Yustisia Kristiana<sup>1)</sup>, Siaw Lien<sup>2)</sup>, Welson Liauw<sup>3)</sup>

Universitas Pelita Harapan

Email: yustisia.kristiana@uph.edu

### ABSTRACT

Banyuwangi has tourism potential that make tourists want to visit the city. This increase is due to easier access to Banyuwangi. One of the tourist attractions that start to improve the tourism activities is Gombengsari Village. Gombengsari Village is known as coffee producing and from 2016 is starting to develop tourism activities. The challenge faced in developing tourism is that until now the tour packages in Gombengsari Village have not been able to increase the number of tourist visits. The problem to be examined is about the development of tour packages in Gombengsari Village. The research objective was to identify tourism potential in making tour packages and formulate tourism promotion strategies in Gombengsari Village. This research is qualitative research. Data obtained through interviews with respondents. Respondents were selected by purposive sampling and snowball sampling methods. The analytical method used is by analyzing tourism potential. The results showed that the tourism potential of Gombengsari Village consisted of natural, cultural and man-made so that tour packages could be created by integrating all the potential and resources available in Gombengsari Village. An effective tourism promotion strategy is by using advertising techniques as well as public relations and publicity.

### ABSTRAK

Banyuwangi memiliki potensi wisata yang membuat wisatawan tertarik untuk melakukan perjalanan. Peningkatan ini terjadi karena akses yang semakin mudah menuju Banyuwangi. Salah satu kawasan yang mulai mengembangkan aktivitas wisata adalah Desa Gombengsari. Desa Gombengsari dikenal sebagai penghasil kopi dan sejak tahun 2016 mulai mengembangkan kegiatan pariwisata. Tantangan yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata adalah hingga saat ini paket wisata yang terdapat di Desa Gombengsari belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Permasalahan yang diteliti adalah mengenai pengembangan paket wisata di Desa Gombengsari. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata dalam penyusunan paket wisata dan menyusun strategi promosi pariwisata. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Data didapat melalui wawancara dengan responden. Penentuan responden dilakukan melalui metode purposive sampling dan snowball sampling. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menganalisis potensi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Gombengsari terdiri dari potensi wisata alam, budaya dan buatan sehingga dapat disusun paket wisata dengan mengintegrasikan seluruh potensi dan sumber daya yang ada di Desa Gombengsari. Strategi promosi pariwisata yang efektif yaitu dengan menggunakan teknik advertising serta public relations and publicity.

Keywords: Paket Wisata, Promosi, Desa Gombengsari (Tour Package, Promotion, Gombengsari Village)

Riwayat Artikel :

Diajukan: 18 Januari 2019

Direvisi: 8 Februari 2019

Diterima: 20 Februari 2019

## P E N D A H U L U A N

Industri pariwisata di Indonesia meningkat pesat dari tahun ke tahun sehingga pariwisata kini menjadi tulang punggung perekonomian bangsa. Hal ini terbukti dari peningkatan nilai devisa yang dihasilkan dari sektor pariwisata dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, sektor pariwisata menyumbang devisa negara sebesar 12,225.9 juta USD dan kemudian pada tahun 2016 sebesar 12.336,9 juta USD. Peningkatan terjadi kembali pada tahun 2017 sebesar 14.216,0 juta USD. Selain

devisa yang disumbang oleh sektor pariwisata, pertumbuhan jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara yang melakukan perjalanan ke wilayah Indonesia juga meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara ke wilayah Indonesia pada tahun 2017 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2015 dan 2016. Pada tahun 2015, jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 255,05 juta perjalanan, tahun 2016 sebanyak 263,68 juta perjalanan, dan kemudian tahun 2017 sebanyak 277 juta perjalanan. Pencapaian tersebut didorong dengan adanya beberapa liburan ganda dan liburan nasional.

Wisatawan nusantara berkunjung ke berbagai daerah di Indonesia. Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke berbagai daerah di Indonesia berdasarkan provinsinya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara ke Destinasi di Indonesia Tahun 2016

(Sumber: Kementerian Pariwisata, 2017)

Jumlah wisatawan nusantara yang mengunjungi Jawa Timur sebanyak 17,22 juta wisatawan nusantara, Jawa Barat sebanyak 16,21 juta wisatawan nusantara, Jawa Tengah sebanyak 14,91 juta wisatawan nusantara, DKI Jakarta sebanyak 5,59 juta wisatawan nusantara, Yogyakarta sebanyak 5,31 juta wisatawan nusantara, Bali sebanyak 4,05 juta wisatawan nusantara, Sumatera Utara sebanyak 3,86 juta wisatawan nusantara, Sulawesi Selatan sebanyak 3,77 juta wisatawan nusantara, Lampung sebanyak 2,67 juta wisatawan nusantara, dan

Banten sebanyak 2,60 juta wisatawan nusantara (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia 2017). Provinsi dengan kunjungan wisatawan nusantara terbanyak yang dapat dilihat pada grafik di atas adalah Jawa Timur.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki beraneka ragam suku, budaya, kesenian, kepercayaan, dan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah Banyuwangi. Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak paling timur di Pulau Jawa. Menurut data dari Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi selama enam tahun terakhir, jumlah wisatawan yang datang ke

Banyuwangi setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi Tahun 2012-2017

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2012	860.831	5.502
2013	1.057.952	10.462
2014	1.464.948	30.681
2015	1.926.179	46.214
2016	4.022.449	77.139
2017	4.832.999	98.970

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi (2018)

Dari tabel di atas membuktikan bahwa Banyuwangi memiliki potensi wisata yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi Banyuwangi. Peningkatan ini terjadi karena akses yang semakin mudah menuju Banyuwangi karena sejak tahun 2013 terdapat bandara yang beroperasi sehingga wisatawan yang datang tidak hanya melalui darat tetapi dengan mudah menggunakan akses udara. Banyuwangi memiliki keindahan alam pegunungan dan perairan yang memikat. Daya tarik wisata yang terkenal di Banyuwangi dan dikunjungi wisatawan baik nusantara maupun mancanegara adalah Kawah Ijen, Pantai Plengkung, Pulau Merah, Pantai Boom, Bangsring Underwater, dan desa wisata. Salah satu desa wisata yang dapat dikunjungi di Kabupaten Banyuwangi adalah Desa Gombengsari.

Desa Gombengsari merupakan desa yang berada di Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Jika dari pusat kota Banyuwangi, Desa Gombengsari posisinya berada di Barat Laut. Perjalanan dari pusat kota menuju Desa Gombengsari memerlukan waktu sekitar 30-40 menit. Lokasinya berada di perbukitan, perjalanan menuju Desa Gombengsari ini akan menanjak sepanjang perjalanannya. Sebelum dikembangkan aktivitas wisata di Desa Gombengsari, masyarakat hanya mampu menjual produk kopi kepada tengkulak

dengan harga yang sangat murah. Namun sejak tahun 2016 mulai dikembangkan aktivitas wisata di Desa Gombengsari seperti wisata kebun kopi dan perah susu kambing etawa. Hal ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari penjualan paket wisata edukasi dan penjualan kopi bubuk kepada wisatawan dengan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan menjual kepada tengkulak.

Desa Gombengsari juga memiliki homestay bagi wisatawan yang ingin merasakan suasana bermalam di Desa Gombengsari. Hingga saat ini paket wisata yang ada di Desa Gombengsari belum menggabungkan dengan komponen penginapan. Untuk dapat meningkatkan kegiatan pariwisata dibutuhkan kreativitas. Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi 2006). Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa dalam perencanaan paket wisata perlu didasarkan pada karakteristik dan motivasi dari wisatawan. Paket wisata yang ada tetapi belum dikenal wisatawan secara umum dikarenakan belum adanya susunan aktivitas yang lengkap, belum memberikan nilai kemudahan bagi wisatawan, kurangnya nilai kepraktisan dan minimnya pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan (Mulyani & Wirakusuma 2016). Selain itu belum adanya

kesepakatan masyarakat dalam meningkatkan nilai dari paket wisata berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata (Kristiana & Theodora M. 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka permasalahan yang diteliti adalah mengenai pengembangan paket wisata di Desa Gombengsari. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata dalam penyusunan paket wisata yang ditawarkan di Desa Gombengsari dan menyusun strategi promosi pariwisata di Desa Gombengsari.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Republik Indonesia 2009). Definisi lain menyebutkan bahwa pariwisata adalah perpindahan sementara seseorang menuju ke sebuah destinasi di luar tempat asal bekerja atau tinggal, aktivitas dilakukan selama tinggal di tujuan tersebut, dan fasilitas dibuat untuk memenuhi semua kebutuhan (Cook, Hsu, & Taylor 2018).

Tourism Area Life Cycle (TALC) merupakan suatu konsep yang diterapkan atau digunakan dalam pengembangan suatu daerah wisata. Rerangka ini merupakan sebuah alur natural akan tetapi baru diteliti pada awal 1980 (Butler 1980). Tahapan TALC adalah sebagai berikut:

Tabel 2. *Tourism Area Life Cycle*

No.	Tahapan	Karakteristik
1	<i>Exploration</i> atau eksplorasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan produk baru pariwisata</li> <li>• Kawasan wisata masih alami dan belum ada fasilitas wisata bagi wisatawan</li> <li>• Wisatawan mulai berdatangan dalam jumlah sedikit</li> </ul>
2	<i>Involvement</i> atau keterlibatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelompokkan musim-musim wisata mulai bertambah</li> <li>• Jumlah wisatawan mulai meningkat</li> <li>• Pemerintah dan masyarakat lokal mulai ikut terlibat dalam menunjang kegiatan pariwisata</li> <li>• Mulai dilakukan promosi</li> <li>• Pengaruh mulai nyata</li> </ul>
3	<i>Development</i> atau pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat</li> <li>• Fasilitas wisata lebih memadai</li> <li>• Kebijakan publik dan investasi dibutuhkan jika daerah tujuan wisata tersebut mendukung keberlangsungan pengembangan</li> </ul>
4	<i>Consolidation</i> atau penggabungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah kunjungan wisatawan masih naik walau tidak terlalu signifikan</li> <li>• Layanan bagi para wisatawan mulai disediakan baik oleh perusahaan nasional maupun internasional</li> <li>• Berbagai macam fasilitas wisata dirawat, diperbaiki, dibangun dan ditingkatkan standarnya.</li> <li>• Promosi semakin sering dilakukan</li> </ul>

5	<i>Stagnation</i> atau stagnasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah kunjungan wisatawan telah mencapai puncak tertingginya</li> <li>• Pariwisata menimbulkan dampak negatif terhadap aspek lingkungan, sosial budaya dan ekonomi</li> <li>• Atraksi wisata alami sudah disesaki dengan atraksi wisata buatan yang berdampak pada berubahnya citra awal area wisata tersebut</li> </ul>
6	<i>Decline</i> atau penurunan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas wisata yang ada beralih fungsi dari fungsi awal</li> <li>• Wisatawan mulai jenuh dengan atraksi wisata yang ada</li> </ul>
7	<i>Rejuvenation</i> atau peremajaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muncul inovasi-inovasi baru</li> <li>• Kawasan wisata ditata ulang sehingga memberikan warna baru</li> </ul>

Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (tourist attraction) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya (Pendid 2003). Kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari empat komponen utama, yaitu (Cooper et al. 2008):

#### 1. Attractions

Sektor yang sangat kompleks dalam industri pariwisata dan sesuatu yang permanen dalam daerah tujuan wisata. Attractions ditujukan kepada wisatawan, yang tujuan utamanya untuk hiburan sebagai daya tarik. Attractions dapat berbentuk alam, budaya, dan buatan manusia serta sebuah kejadian yang menarik yang dapat menjadi sebuah motivasi untuk menarik wisatawan.

#### 2. Amenities

Sebuah fitur tambahan seperti akomodasi, toko, restoran, kafe atau fasilitas lainnya yang dapat menambah daya tarik daerah tujuan wisata.

#### 3. Accessibility

Salah satu faktor tambahan dari pariwisata yaitu seperti kemudahan

akses untuk mencapai tempat wisata, ketersediaan tempat parkir di tempat wisata, dan dapat juga dalam bentuk penyediaan transportasi berupa shuttle bus atau bis kecil untuk para wisatawan.

#### 4. Ancillary Services

Layanan tambahan yang disediakan untuk wisatawan.

Paket wisata diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata (Nuriata 2014). Paket wisata menyediakan berbagai layanan penerbangan, jadwal penerbangan, pilihan jenis akomodasi, dan banyak layanan lainnya termasuk perjalanan wisata, penyewaan mobil dan paket selamat datang (Mensah & Mensah 2013). Komponen utama dalam paket wisata adalah sebagai berikut:

1. Akomodasi, contohnya hotel, guest house, penginapan, dan lain-lain.

2. Transportasi, ini termasuk transportasi udara, laut, jalan, atau kereta api, baik dari maupun ke tujuan.

3. Transfer, antara pelabuhan udara dan laut dan hotel serta situs lain di tempat tujuan.

4. Atraksi, hiburan, dan / atau rekreasi, hal ini termasuk atraksi wisata alam, budaya, buatan, acara, pameran dagang, dan lain-lain.
5. Asuransi dan layanan tambahan lainnya.
6. Layanan kurir atau perwakilan.

Promosi adalah semua teknik yang digunakan oleh perusahaan di bidang pariwisata dalam mempromosikan layanan kepada masyarakat luas (Morrison 2010). Promosi merupakan seluruh kegiatan komunikasi yang diciptakan untuk memberntuk layanan yang spesifik kepada pelanggan (Wirtz & Lovelock 2018).

## M E T O D E

Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan cara untuk mengumpulkan data deskriptif, perkataan orang, dan rekaman perilaku orang. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan melakukan observasi peserta, wawancara yang mendalam, dan kuesioner (Taylor, Bogdan, & DeVault 2015). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari peneliti sebagai tangan pertama yang langsung diambil dan didapatkan oleh peneliti. Data primer diperoleh melalui wawancara untuk mencari solusi dari masalah penelitian yang ditemukan. Data primer diperoleh melalui wawancara untuk mencari solusi dari masalah penelitian yang ditemukan. Penentuan narasumber dilakukan melalui metode purposive sampling dan snowball sampling. Dengan menggunakan metode purposive sampling ini akan memudahkan peneliti dalam memilih responden untuk dijadikan sampel karena dapat memilih responden secara lebih khusus dalam proses pengambilan sampel (Sekaran, U., & Bougie 2016). Sedangkan snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel dari sumber data, dimana pada awalnya berjumlah

sedikit, lama kelamaan menjadi besar (Sugiyono 2013). Responden dipilih dengan pertimbangan yang bersangkutan memiliki pengalaman dan pengetahuan sesuai dengan fokus penelitian. Data sekunder berasal dari hasil penelitian yang sudah dibuat dengan tujuan lain dari studi penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Data sekunder diperoleh melalui data dan informasi yang berasal dari instansi dan karya ilmiah yang pernah dibuat (Sekaran, U., & Bougie 2016).

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menganalisis potensi wisata. Penggunaan analisa ini sendiri dilakukan untuk mengetahui potensi wisata yang dimiliki sehingga pada akhirnya dapat diciptakan paket wisata yang mampu mengintegrasikan seluruh potensi dan sumber daya yang terdapat di Desa Gombengsari.

## H A S I L D A N P E M B A H A S A N

Lokasi penelitian berada di Kelurahan Gombengsari, Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Kelurahan Gombengsari terbentuk pada tahun 1999 hasil pemekaran dari Kelurahan Kalipuro. Sejak saat itu Kelurahan Gombengsari menjadi wilayah Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan Peraturan Bupati Banyuwangi Nomor 69 Tahun 2011 Kelurahan Gombengsari merupakan perangkat daerah Kabupaten Banyuwangi yang berkedudukan di wilayah Kecamatan Kalipuro dan dipimpin oleh Lurah yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Camat.

Kelurahan Gombengsari terdiri dari lima lingkungan, 11 Rukun Warga (RW) dan 42 Rukun Tetangga (RT). Lima lingkungan tersebut adalah:

1. Dusun Gombeng
2. Dusun Suko
3. Dusun KacanganAsri

4. Dusun Kaliklatak
5. Dusun Lerek

Kelurahan Gombengsari berada di ketinggian 650 meter di atas permukaan laut, bersuhu antara 23-30° C dengan batas administrasi sebelah utara berbatasan dengan Desa Ketapang, sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Kalipuro, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten

Bondowoso dan sebelah selatan berbatasan dengan Desa Kelir dan Desa Telemung.

Luas tanah yang dimiliki Kelurahan Gombengsari adalah 19.953 ha yang terbagi pemukiman penduduk 1.230 ha, persawahan 55 ha, perkebunan/pertanian 1.998 ha, dan lain-lain 40 ha. Peta Kelurahan Gombengsari adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Peta Kelurahan Gombengsari

(Sumber: Kelurahan Gombengsari, 2015)

Kelurahan Gombengsari merupakan salah satu kelurahan yang cukup besar di antara kelurahan lainnya yang terdapat di Kecamatan Kalipuro. Kelurahan Gombengsari memiliki prosentase luas sebesar 12,29 % dari total sembilan kelurahan yang berada di Kecamatan Kalipuro. Walaupun Kelurahan Gombengsari memiliki luas tanah yang luas, penduduknya tidak sebanyak desa atau kelurahan yang lainnya. Pada tahun 2017, jumlah penduduk Kelurahan Gombengsari adalah 7.765 jiwa.

Potensi wisata alam yang dimiliki oleh Desa Gombengsari khususnya Dusun Lerek didominasi oleh kebun kopi, hampir 80% dari keseluruhan tanah yang dimiliki berupa kebun kopi. Kebun kopi yang berada di

Dusun Lerek sendiri seluas 438 ha dan seluruh kebun kopi masih dijadikan tempat perkebunan sampai saat ini. Desa Gombengsari khususnya Dusun Lerek terdapat satu kelompok tani yaitu kelompok tani Kopi Rejo yang menghasilkan kopi dengan merek Kopi Lego. Walaupun di Kelurahan Gombengsari terdapat banyak sekali merek lainnya seperti Kopi Kahyangan, antar kelompok tani tidak terjadi persaingan yang tidak sehat. Di Dusun Lerek terdapat dua jenis kopi yang dihasilkan yaitu kopi Robusta original dan kopi Lanang. Kopi Lanang merupakan jenis Robusta tetapi dengan satu biji. Selain itu potensi wisata alam yang terdapat di Desa Gombengsari adalah Puncak Asmoro, hutan pinus Sumber Manis dan Kampung Manisa.



Gambar 3. Perkebunan Kopi Rakyat

(Sumber: Rajasa, 2018)

Potensi wisata budaya di Desa Gombengsari antara lain tradisi tumpengan, musik tradisional patrol, Festival Kembang Kopi, Festival Kopi Lego dan kuliner khas. Tradisi tumpengan yang pada awalnya dilakukan sendiri-sendiri oleh masyarakat, saat ini dilakukan bersama yang diselenggarakan sebelum panen kopi dan rutin setiap tahunnya. Tradisi ini sebagai wujud selamat masyarakat Gombengsari terhadap hasil perkebunan kopi yang akan dipanen. Musik tradisional patrol merupakan musik tradisional rakyat yang tergolong jenis musik hiburan. Penampilan musik ini hanya dilakukan sekali dalam setahun, yaitu pada saat bulan Ramadhan. Musik patrol digunakan masyarakat Desa Gombengsari untuk memeriahkan dan menyemarakkan suasana malam bulan Ramadhan. Keindahan musik patrol membuat para pendengarnya menyatu dengan alam. Festival Kembang Kopi pertama kali diadakan pada tanggal 7 September 2016. Festival ini diadakan sebelum panen tiba sebagai bentuk rasa syukur atas panen dan sarana untuk mengenalkan budidaya kopi mulai dari proses pemetikan kopi hingga proses penggilingan. Sedangkan Festival Kopi Lego diadakan pasca panen kopi yang dilakukan pada bulan Oktober. Pada festival ini akan diadakan berbagai kegiatan seperti

permainan bola api dan pertunjukan musik tradisional yaitu musik patrol yang dikolaborasikan dengan musik modern seperti gitar. Kuliner khas Desa Gombengsari antara lain ketan degan, iwel-iwel, sumping, kucur dan mendut.

Potensi wisata buatan yang terdapat Desa Gombengsari adalah peternakan. Desa Gombengsari tidak hanya dikenal dengan kebun kopi yang luas namun terdapat juga peternakan kambing etawa. Alasan masyarakat beternak kambing etawa adalah pakan ternak kambing yang mudah didapat yakni pohon naungan dari pohon kopi.

Desa Gombengsari bila dilihat dari aspek komponen destinasi pariwisata (4 As) adalah sebagai berikut:

#### 1. Attractions

- a. Puncak Asmoro, merupakan daya tarik wisata alam yang dapat dikunjungi dengan berjalan kaki selama 25 menit atau wisatawan dapat menyewa motor dengan waktu tempuh menuju Puncak Asmoro adalah 10 menit dari lokasi wisatawan melihat proses pembuatan kopi. Puncak Asmoro merupakan tempat yang menarik untuk dikunjungi, namun belum tersedia toilet umum dan kurangnya areal parkir untuk sepeda motor.

- b. Hutan Pinus Sumber Manis, memiliki daya tarik sebuah pohon jati yang usianya sudah mencapai 100 tahun. Wisatawan yang berkunjung ke hutan pinus Sumber dapat menikmati udara yang segar di alam terbuka.
- c. Kampung Manisa, memiliki daya tarik tersendiri karena kampung ini memiliki buah yang menjadikan nama kampung ini. Buah yang menyerupai labu yang dinamai buah manisa sehingga kampung ini dinamai Kampung Manisa.
- d. Kampung Kopi Lerek Banyuwangi (Lego), terletak di Dusun Lerek dan terkenal dengan perkebunan kopi rakyatnya. Hampir setiap rumah menanam kopi di pekarangan rumah dan kebunnya.
- e. Daya tarik wisata budaya seperti tradisi tumpengan, musik tradisional patrol, Festival Kembang Kopi, Festival Kopi Lego dan kuliner khas.
- f. Daya tarik wisata buatan yaitu peternakan kambing etawa. Selain diambil dagingnya, susu kambing juga diperah untuk konsumsi sehingga dikembangkan wisata perah susu bagi wisatawan yang berkunjung.

## 2. Amenities

Amenitas yang terdapat di Desa Gombengsari yaitu Nirvana Coffee dan Anitha Coffee Corner and Homestay, keduanya menyediakan fasilitas penginapan (homestay). Beberapa rumah masyarakat yang terdapat di Desa Gombengsari juga dapat disewakan untuk menjadi tempat penginapan bagi wisatawan. Desa Gombengsari memiliki beberapa coffee shop seperti Kopi Lego, Seblang Kopi, Dua Putra Coffee, Kedai M2M dan DK Café. Coffee shop tersebut juga dapat dijadikan tempat makan karena menyediakan menu makanan.

## 3. Accesibility

Jarak dari pusat kota Banyuwangi menuju Desa Gombengsari berjarak 13 kilometer. Untuk menuju Desa Gombengsari dapat menggunakan kendaraan roda dua dan roda empat namun untuk kendaraan terbesar yang dapat digunakan hanya Elf. Jalur angkutan umum dari pusat kota Banyuwangi menuju Desa Wisata Gombengsari belum ada. Akses menuju daya tarik wisata yang ada di Desa Gombengsari seperti Puncak Asmoro, Hutan Sumber Manis, Kampung Manisa dan untuk melihat kebun kopi, wisatawan harus berjalan kaki atau menyewa motor masyarakat setempat.

## 4. Ancillary Services

Desa Gombengsari menyediakan layanan pemandu wisata yang dapat mendampingi wisatawan selama perjalanan di Desa Gombengsari. Pemandu wisata yang menemani wisatawan merupakan masyarakat lokal, sehingga para pemandu wisata sangat memahami potensi wisata yang terdapat di Desa Gombengsari. Paket wisata yang saat ini terdapat di Desa Gombengsari baru meliputi komponen atraksi wisata, aktivitas wisata, pemandu wisata dan konsumsi. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 50.000 hingga Rp. 150.000.

Dalam siklus perkembangan pariwisata, Desa Gombengsari saat ini berada pada tahapan keterlibatan (involvement). Hal ini dikarenakan jumlah kunjungan wisatawan mulai memperlihatkan peningkatan terutama saat diselenggarakan festival tahunan yaitu Festival Kembang Kopi dan Festival Kopi Lego. Penyelenggaraan festival dilakukan sebagai bentuk upaya promosi pariwisata Desa Gombengsari. Partisipasi dan kontribusi dari pihak pemerintah dan masyarakat juga mulai nampak dalam hal penyediaan fasilitas wisata walaupun masih terdapat kekurangan dalam hal penyediaan fasilitas seperti toilet umum, areal parkir, dan pusat oleh-oleh. Fasilitas makan dan minum

seperti rumah makan jumlahnya juga masih tergolong sedikit. Dengan potensi wisata yang dimiliki, Desa Gombengsari memiliki peluang yang besar untuk menjadi daya tarik wisata unggulan di Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas, pengembangan produk khususnya paket wisata perlu dilakukan sebagai upaya untuk menjadikan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan manfaat dan memberikan kepuasan optimal kepada wisatawan. Paket wisata yang tersedia di Desa Gombengsari baru meliputi komponen atraksi wisata, aktivitas wisata yang terbatas, layanan pemandu wisata dan konsumsi, belum termasuk penginapan dan asuransi. Pendekatan yang dapat digunakan untuk pengembangan paket wisata dapat dilakukan dengan mempertimbangkan model pemrograman aktivitas wisatawan. Untuk kepentingan perencanaan dan pengembangan program akan meliputi beberapa tahapan yaitu leadership, budgeting, scheduling, facility availability dan

promoting (Mill 2011). Berdasarkan kondisi yang ditemui di lapangan, dari kelima tahapan tersebut maka unsur scheduling dan facility availability menjadi dua hal yang paling dominan sebagai faktor yang dipertimbangkan dalam upaya pengembangan paket wisata di Desa Gombengsari. Scheduling atau penjadwalan dimaksudkan sebagai upaya untuk menyelaraskan waktu yang tepat untuk melakukan kunjungan dan aktivitas di destinasi dengan kebutuhan wisatawan. Facility availability, dimaksudkan sebagai upaya untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan. Fasilitas yang disiapkan diupayakan agar memberikan keamanan bagi wisatawan selama melakukan aktivitasnya. Untuk itu standar fasilitas dibutuhkan dalam memberikan pelayanan yang optimal.

Dengan mempertimbangkan potensi wisata dan unsur dalam penyusunan paket wisata, maka ragam paket wisata yang dapat dikembangkan di Desa Gombengsari yaitu:

Tabel 3. Contoh Paket Wisata

Paket Wisata	Contoh Nama Paket	Rancangan Paket	Kisaran Harga (Rp)	Durasi
<i>Half day tour</i>	Lego	1. Puncak Asmoro 2. Hutan Pinus Sumber Manis 3. Kampung Manisa 4. Wisata kebun kopi 5. Proses pembuatan kopi 6. Pemandu wisata 7. Asuransi	100.000	5 jam
	Etawa	Seluruh paket Lego dengan tambahan aktivitas pemerah susu kambing etawa	120.000	6 jam
	Patrol	Seluruh paket Etawa dengan tambahan aktivitas wisata belajar musik	150.000	7 jam

Paket Wisata	Contoh Nama Paket	Rancangan Paket	Kisaran Harga (Rp)	Durasi
		tradisional patrol dan makan siang		
<i>Full board</i>	Gombengsari	Seluruh paket Patrol dengan tambahan aktivitas wisata belajar pembuatan kue tradisional dan penginapan ( <i>homestay</i> )	400.000	2 hari 1 malam

Paket wisata yang sudah ada saat ini belum dikenal oleh wisatawan secara luas. Oleh karena itu diperlukan promosi yang mampu memberikan daya tarik kepada wisatawan. Teknik promosi antara lain adalah advertising, personal selling, sales promotion, merchandising, dan public relations and publicity (Morrison 2010). Pengelola wisata Desa Gombengsari dapat melakukan promosi kegiatan pariwisata. Promosi secara efektif dapat dilakukan dengan teknik advertising melalui pembuatan website dan pencetakan brosur agar pariwisata di Desa Gombengsari dapat meningkat dan menarik kunjungan wisatawan. Pengelola wisata di Desa Gombengsari dapat bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi untuk menyebarluaskan brosur misalnya diletakkan di Bandar Udara Internasional Banyuwangi agar wisatawan yang baru tiba memiliki pilihan untuk berwisata dan salah satunya adalah Desa Gombengsari. Selain advertising, pengelola wisata di Desa Gombengsari dapat melakukan promosi dengan teknik public relations and publicity yaitu mendatangkan travel blogger untuk mempromosikan Desa Gombengsari melalui media sosial dan travel blog miliknya. Travel blogger dinilai sangat efektif dalam menyebarkan informasi daya tarik wisata di sebuah destinasi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Gombengsari terdiri dari potensi wisata alam, budaya dan buatan. Potensi wisata alam yaitu kebun kopi Lerek Gombengsari, Puncak Asmoro, hutan pinus Sumber Manis dan Kampung Manisa. Potensi wisata budaya antara lain tradisi tumpengan, musik tradisional patrol, Festival Kembang Kopi, Festival Kopi Lego dan kuliner khas. Potensi wisata buatan yang terdapat Desa Gombengsari antara lain adalah peternakan kambing etawa. Dengan potensi wisata yang dimiliki maka dapat dikembangkan paket wisata yang mengintegrasikan seluruh potensi dan sumber daya di Desa Gombengsari.
2. Strategi promosi pariwisata yang efektif untuk Desa Gombengsari dilakukan dengan teknik advertising melalui pembuatan website dan pencetakan brosur, serta public relations and publicity dengan mendatangkan travel blogger untuk mempromosikan pariwisata Desa Gombengsari.

## SARAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Beberapa paket wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan dan dilaksanakan di Desa Gombengsari antara lain:

1. Paket wisata half day tour dengan pilihan durasi 5 jam, 6 jam sampai dengan 7 jam. Daya tarik wisata yang dikunjungi adalah Puncak Asmoro, hutan pinus Sumber Manisa, Kampung Manisa, wisata kebun kopi, melihat proses pembuatan kopi, aktivitas wisata pemerah susu kambing etawa, belajar musik tradisional patrol, makan siang, layanan pemandu wisata dan mendapatkan asuransi.
  2. Paket wisata full board, dengan penambahan aktivitas wisata belajar pembuatan kue tradisional dan penginapan (homestay) selama 1 malam. Ucapan terima kasih diberikan kepada seluruh pihak yang membantu dalam penelitian yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, pengelola wisata dan masyarakat Desa Gombengsari.
- D A F T A R P U S T A K A**
- Butler, R. W. 1980. "The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources." *Canadian Geographer* 24 (1): 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>.
- Cook, Roy A., Cathy H. C. Hsu, and Lorraine L. Taylor. 2018. *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*, 6th Edition. Edinburgh Gate Harlow: Pearson.
- Cooper, Chris, John Fletcher, Allan Fyall, Davis Gilbert, and Stephen Wanhill. 2008. *Tourism: Principles and Practice*. New Jersey: Financial Times/Prentice Hall.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2017. "Statistik Profil Wisatawan Nusantara 2016." 2017. [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Statistik Profil Wisatawan Nusantara Tahun 2016\\_2\(1\).pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Statistik%20Profil%20Wisatawan%20Nusantara%20Tahun%202016_2(1).pdf).
- Kristiana, Yustisia, and Stephanie Theodora M. 2016. "Strategi Upaya Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Agrowisata Berbasis Masyarakat Kampung Domba Terpadu Juhut, Provinsi Banten." *Jurnal Ilmiah Widya* 3 (3): 1-7. <https://ejournal.jurwidyakop3.com/index.php/jurnalilmiah/issue/view/12>.
- Mensah, Ishmael, and Rebecca D. Mensah. 2013. *Management of Tourism and Hospitality Services*, 2nd Ed. United Kingdom: Xlibris LLC.
- Mill, Robert Christie. 2011. *Resorts: Management and Operation*, 3rd Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Morrison, Alastair M. 2010. *Hospitality and Travel Marketing*. Boston, MA: Delmar Cengage Learning.
- Mulyani, Ani, and Reiza Miftah Wirakusuma. 2016. "Perencanaan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik Dan Motivasi

- Wisatawan Yang Datang Ke Kampung Cireundeu Cimahi.” *Jurnal Manajemen Resort & Leisure* 13 (2): 1-14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17509/jurel.v13i2>.
- Nuriata. 2014. *Paket Wisata: Penyusunan Produk Dan Penghitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Ooi, Can-Seng. 2006. “Tourism and the Creative Economy in Singapore.” Frederiksberg.
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rajasa, M. Agung. 2018. “Wanginya Aroma Kopi Rakyat Banyuwangi.” *Medcom.Id*, December 9, 2018. <https://www.medcom.id/foto/news/MkMBGnEK-wanginya-aroma-kopi-rakyat-banyuwangi>.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Long Range Planning. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(93\)90168-F](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90168-F).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, Steven J., Robert Bogdan, and Marjorie DeVault. 2015. *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Wirtz, Jochen, and Christopher Lovelock. 2018. *Essentials of Services Marketing*, 3rd Edition. Edinburgh Gate Harlow: Pearson.