

PARIWISATA BANYUWANGI PASCA COVID 19

Kanom¹⁾, Nurhalimah²⁾, Randhi Nanang Darmawan³⁾

^{1,2,3}Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi,
Jl. Raya Jember Km. 13, Labanasem, Kabat, Banyuwangi 68461
E-mail: kanom@poliwangi.ac.id

Abstract

Banyuwangi is one of the most popular tourism destinations in Indonesia with the Majestic Banyuwangi branding which is located in East Java Province. The research aims were identifying and analyzing potency, obstacles, and formulating the strategy and program. Data was analyzed by descriptive qualitative method, and analysis of matrix SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats). Through interpretation with descriptive qualitative analysis and analysis of SWOT are found that there are natural and socio-cultural potencies. The development and solution of those obstacles are by applied strategies are as follows; strategy of strength–opportunity (S–O) with development strategy of tourism destination, and development strategy of tourism attraction., strategy of strength–threat (S–T) with improvement strategy of environmental quality and development strategy of sustainable tourism, strategy of weakness–opportunity (W–O) with promotion strategy of tourism destination and improvement strategy of security and comfort, whereas strategy of weakness–threat (W–T) with development strategy of human resources and development strategy of institutional and management of destination.

Keywords: Banyuwangi tourism, after covid 19

Abstrak

Banyuwangi merupakan salah satu destinasi pariwisata yang cukup *popular* di Indonesia dengan *branding Majestic Banyuwangi* yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa potensi, kendala serta memformulasikan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca covid 19. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif, dan analisis matrik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Melalui tafsir dengan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT ditemukan bahwa potensi alam dan sosial budaya. Pengembangan potensi dan solusi dari kendala tersebut dilakukan dengan menerapkan strategi-strategi sebagai berikut; *strength–opportunity (S–O)* dengan strategi pengembangan destinasi pariwisata dan strategi pengembangan daya tarik wisata, strategi *strength–threat (S–T)* dengan strategi peningkatan kualitas lingkungan dan strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan, strategi *weakness–opportunity (W–O)* dengan strategi promosi destinasi pariwisata dan strategi peningkatan keamanan dan kenyamanan, dan strategi *weakness–threat (W–T)* dengan strategi pengembangan sumber daya manusia dan strategi pengembangan kelembagaan dan manajemen destinasi

Kata Kunci: pariwisata Banyuwangi, pasca covid 19

PENDAHULUAN

Mengangkat tema dan *branding Majestic Banyuwangi* perkembangan pariwisata Banyuwangi terus melesat dengan cepat sehingga mampu mengungguli dan menyamai destinasi–destinasi pariwisata di Indonesia termasuk beberapa destinasi prioritas

pemerintah pusat seperti Tanjung Lesung (Banten), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), Kepulauan Seribu (Jakarta), Wakatobi, Morotai, Bromo Tengger Semeru, Borobudur, Mandalika (Lombok), Danau Toba, serta Labuan Bajo (Kanom & Zazilah, 2019). Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menyadari betul betapa penting pengembangan pariwisata sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi, sebagaimana programnya yaitu kemandirian ekonomi melalui pariwisata. Adapun pengembangan pariwisata tersebut idealnya menitikbertakan pada pariwisata berkelanjutan dengan senantiasa menerapkan Sapta Pesona Wisata pada setia destinasi pariwisata (Kanom, Darmawan, & Nurhalimah, 2020)

Melalui *brand Majestic* Banyuwangi telah berhasil membius wisatawan berdatangan ke Banyuwangi, selain destinasi dan daya tarik pariwisata yang beragam di Banyuwangi juga populer dengan pariwisata *event* nya, seperti halnya pada 2019 Banyuwangi telah sukses menyelenggarakan sebanyak 99 *event* pariwisata serta memiliki *Calender of Event* (CoE) terbanyak di Indonesia.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan terus ke Banyuwangi adalah dengan meluncurkan *Calender of Event* (CoE) Banyuwangi 2020 sebanyak 123 event, hal tersebut terlihat adanya penambahan event dari tahun sebelumnya hanya 99 event. Perkembangan pariwisata Banyuwangi yang kian melesat menjadi peluang yang besar dalam pertumbuhan ekonomi menuju masyarakat yang sejahtera dari *multiplier* pembangunan sector pariwisata baik melalui event pariwisata serta pendukung lainnya. Namun hal tersebut memang sangat perlu untuk dilakukan kajian yang mendalam terkait dengan pengembangan dan kegiatan kepariwisataan di Banyuwangi dengan tetap menitik beratkan pada pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Sustainable Tourism Development), seperti halnya mengenai analisis dampak sosial budaya, ekonomi dan lingkungan secara menyeluruh guna dapat meminimalisir dampak negatif dari kegiatan kepariwisataan itu sendiri (Kanom & Darmawan, 2020). Pesatnya perkembangan pariwisata Banyuwangi tidak terlepas dari promosi serta aktivitas kepariwisataan yang berbasis pada event pariwisata tersebut di atas termasuk dalam hal penyelenggaraan *event* pariwisata pada tahun 2020 dengan sejumlah 123 *event*.

Meski sejak akhir tahun 2019 muncul wabah corona di Wuhan China pariwisata Indonesia maupun Banyuwangi tidak begitu terpengaruh secara signifikan pada

awalnya. Namun, hal tersebut diluar pridiksi bahwa penyelenggaraan event pariwisata yang sudah diprogramkan sebelumnya seperti lauching *Calender of Event (CoE)* Banyuwangi 2020 sebanyak 123 *event*. Hal tersebut disebabkan ditemukannya penyebaran wabah corona di Indonesia sejak Maret 2020 yang sebelumnya di Wuhan China. Adanya penyebaran virus corona yang populer dengan istilah Covid 19 (*Corona Virus Disease*) tersebut justru menjadi tragedi yang luar biasa bagi pariwisata Indonesia serta Banyuwangi khususnya.

Lumpuhnya aktivitas kepariwisataan di Banyuwangi menyebabkan masalah baru bagi masyarakat dan perekonomiannya. Dampak ini sangat terasa bagi masyarakat terutama bagi pelaku atau stakeholder pariwisata serta yang terkait lainnya. Mengingat belum adanya kepastian akan berakhirnya wabah Covid 19 di Indonesia dan Banyuwangi khususnya menjadi masalah tersendiri yaitu matinya geliat ekonomi pariwisata yang sebelumnya sangat potensial. Hal ini menjadi tantangan terbesar bagi pariwisata Banyuwangi apakah dapat berkelanjutan ataukah tutup untuk seterusnya. Bertitik tolak dari permasalahan kesenjangan yang ada, maka dilakukan penelitian untuk dapat merumuskan dan memformulasikan strategi yang relevan. Adapun fokus dari penelitian ini adalah strategi pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca Covid 19.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif untuk memformulasikan strategi pengembangan pariwisata Banyuwangi berdasarkan potensi yang dimilikinya dengan tetap fokus pada strategi pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca Covid 19.

Observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), survey, dan studi dokumentasi merupakan metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Penentuan narasumber (informan) dengan *purposive sampling* yaitu dengan memilih narasumber yang benar-benar mengetahui kondisi internal dan eksternal pariwisata Banyuwangi, sehingga mereka dapat memberikan masukan secara tepat tentang upaya pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca Covid 19.

Sampel dalam penelitian kualitatif adalah informan penelitian, yang digunakan untuk kebutuhan pengumpulan data dan tidak dimaksud sebagai wakil dari masyarakat (Kasim, Bungin, Dzakiria, & Mokhtar, 2020). Namun apabila informan (sampel) ini

adalah orang kunci, dalam arti ia “juru kunci informasi” maka informasinya menggambarkan informasi yang sebenarnya tersedia di sumber data. Dengan demikian narasumber atau Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 narasumber (informan) yang berasal dari unsur pentahelix pariwisata yaitu Academician, Business, Community, Government, dan Media (ABCGM). Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi yang dimiliki Banyuwangi idealnya diketahui untuk mendukung pengembangan pariwisatanya pasca Covid 19. Potensi wisata merupakan berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi 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 (Pendit, 2003), hal tersebut sangat relevan diterapkan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (Kanom & Darmawan, 2020). Adapun potensi pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca covid 19 terdiri dari potensi alam dan potensi sosial budaya, hal tersebut sesuai dengan temuan dalam penelitian ini.

Sebagai salah satu kabupaten yang memiliki bentang alam yang indah dan mempesona sebagai daya tarik wisata di Jawa Timur, pariwisata Banyuwangi idealnya mengandalkan daya tarik wisata alam sebagai daya tarik utamanya serta didukung oleh daya tarik lainnya seperti flora dan fauna yang mendiami semua destinasi pariwisata yang berbasis alam serta lingkungan.



Gambar 1. Potensi Wisata Alam Air Terjun Telung Raung, Sonngon, Banyuwangi (Photo: Dokumentasi Peneliti)

Keindahan alam yang dimiliki Banyuwangi menjadi salah satu potensi dan daya tarik wisata yang mampu memikat hati wisatawan, baik wisatawan mancanegara (wisatawan asing) maupun wisatawan nusantara (wisatawan domestik). Potensi dan daya tarik wisata di Banyuwangi didominasi oleh alam yang telah dilestarikan dari dahulu hingga sekarang, pemandangan matahari terbit (*sunrise*), matahari terbenam (*sunset*), laut, pantai dengan pasir hitam dan putih menambah pesona Banyuwangi bagaikan surga yang tidak ditemukan di destinasi pariwisata lainnya. Selain memiliki potensi alam yang luar biasa mempesona, Banyuwangi juga sangat konsisten terkait pelestarian tradisi dan budaya yang disebut dengan potensi pariwisata sosial dan budaya.

Kegiatan sehari-hari atau aktivitas sosial dan budaya masyarakat di Banyuwangi juga menjadi salah satu potensi dan daya tarik wisata yang dapat mendukung pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca covid 19. Masyarakat Banyuwangi hingga saat ini masih melestarikan tradisi, adat-istiadatnya dan tidak terpengaruh dengan kegiatan kepariwisataan dan budaya wisatawan yang berkunjung ke berbagai destinasi pariwisata yang ada di Banyuwangi, wisatawan juga rutin berinteraksi dengan masyarakat sekitar.

Kondisi demikian sangat ideal sebagai daya tarik wisata yang sangat diminati wisatawan terutama bagi wisatawan mancanegara yang menyukai wisata alam dan budaya. Berbagai bentuk kegiatan sosial budaya, ada-istiadat seperti tarian Gandrung yang sering dipentaskan dalam festival Gandrung Sewu, Tari Seblang, Banyuwangi *Ethno Carnival* (BEC) serta tradisi yang lainnya.



Gambar 2. Potensi Wisata Sosial dan Budaya di Banyuwangi
(Tari Gandrung dan Tari Seblang)

Berdasarkan hasil temuan berupa potensi pariwisata alam dan potensi pariwisata sosial budaya merupakan hal yang sangat relevan untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata unggulan di Banyuwangi pasca covid 19. Dengan pengembangan kedua

potensi di atas pariwisata Banyuwangi dapat menuju pariwisata yang berkelanjutan, dalam pengembangan pariwisata itu idealnya selalu memperhatikan dan menitikberatkan pada potensi yang dimiliki oleh destinasi pariwisata itu sendiri (Kanom & Zazilah, 2019).

Meski dalam penelitian ini telah ditemukan dua potensi yang menjadi andalan pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca covid 19 namun, terdapat berbagai kendala diantaranya adalah manajemen destinasi pariwisata yang masih belum baik, kualitas maupun sumber daya manusia (SDM) khususnya di sector pariwisata, masih belum maksimalnya kolaborasi dari unsur pentahelix pariwisata yaitu *Academician, Business, Community, Government, dan Media* (ABCGM), serta masih belum bisa memastikan pandemi covid 19 ini akan berakhir. Terkait dengan hal tersebut maka berikut adalah beberapa formulasi strategi yang memungkinkan untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca covid 19 berdasarkan analisis matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*).

Tabel 1
Matriks Analisis SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) Faktor kekuatan internal; 1. Keindahan Alam 2. Keunikan Tradisi dan Budaya Masyarakat Lokal 3. Sikap Ramah-Tamah Masyarakat Lokal 4. Sikap Toleransi	Weaknesses (W) Faktor kelemahan internal; 1. Sumber Daya Manusia 2. Manajemen Destinasi 3. Keamanan dan Kenyamanan, 4. Masih kurangnya kolaborasi dengan unsur Pentahelix Pariwisata
Opportunities (O) Faktor peluang eksternal; 1. Kemajuan Teknologi, Informasi dan Komunikasi, 2. Akses Bandara Internasional Banyuwangi 3. Akses Stasiun Kereta Api 4. Aturan (<i>code of conduct</i>)	Strategi S-O Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang; 1. Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata 2. Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata	Strategi W-O Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang; 1. Strategi Pengembangan Promosi Destinasi Pariwisata 2. Strategi Peningkatan Keamanan dan Kenyamanan
Threats (T) Faktor ancaman eksternal; 1. Kurangnya Kesadaran Masyarakat dalam menjaga Kebersihan dan	Strategi S-T Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman; 1. Strategi Peningkatan Kualitas Lingkungan 2. Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	Strategi W-T Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman; 1. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia 2. Strategi Pengembangan Kelembagaan Dan Manajemen Destinasi

Kelestarian Lingkungan		
2. Stabilitas Politik		
3. Isu terkait Suku, Agama dan Ras		
4. Vaksin Covid 19 belum ditemukan		

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT di atas menunjukkan bahwa pariwisata Banyuwangi masih perlu langkah-langkah kongkrit untuk dapat bertahan dan berkelanjutan di tengah pandemi maupun pasca covid 19. Penerapan strategi di atas sangat ideal dilakukan mengingat kondisi pariwisata Banyuwangi yang masih belum stabil, oleh karena itu konsep dan formulasi strategi yang inovatif terus diperlukan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh (Marpaung, 2002), bahwa strategi merupakan suatu proses penentuan nilai pilihan dan pembuatan keputusan dalam pemanfaatan sumber daya yang menimbulkan suatu komitmen bagi organisasi yang bersangkutan kepada tindakan-tindakan yang mengarah pada masa depan dan hal ini sangat ideal diterapkan terhadap pariwisata Banyuwangi.

Sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori siklus hidup destinasi yang diadaptasi dari (Butler, 1980), terdapat tujuh fase-fase dalam siklus evolusi destinasi pariwisata yaitu: *exploration* (penemuan), *involvement* (keterlibatan), *development* (pembangunan), *consolidation* (konsolidasi), *stagnation* (stagnasi), *decline* (penurunan), dan *rejuvenation* (peremajaan). Mengacu pada teori siklus hidup destinasi tersebut, Banyuwangi berada pada posisi *Involment* (keterlibatan), hal tersebut terlihat dari adanya peningkatan kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

SIMPULAN

Pesatnya perkembangan pariwisata Banyuwangi merupakan salah satu dampak dari upaya mengembangkan pariwisata dengan event pariwisata sebagai salah satu andalannya. Sukses dengan gelaran 99 *event* pariwisata pada tahun 2019 menjadi salah satu dasar penetapan 123 event pariwisata pada *Calendar of Event* (CoE) pada tahun 2020. Penyelenggaraan event pada tahun 2020 terancam gagal dikarenakan adanya wabah covid 19 di Indonesia yang berimbas pada penutupan aktivitas kepariwisataan termasuk di Banyuwangi. Akibat hal tersebut sangat terasa bagi masyarakat

Banyuwangi terlebih pelaku dan *stakeholder* pariwisata. Lumpuhnya aktivitas kepariwisataan sangat berdampak pula bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Namun, hal ini idealnya dicari solusi terbaiknya agar kepariwisataan dapat pulih kembali. Salah satu upaya yang urgen dilakukan adalah strategi pengembangan pariwisata Banyuwangi pasca Covid 19.

Ditemukan dua potensi utama yaitu potensi alam dan potensi sosial budaya. Selain itu terdapat beberapa formulasi strategi yang ideal dan relevan untuk memaksimalkan potensi tersebut diantaranya adalah; Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata., Strategi Peningkatan Kualitas Lingkungan dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan., Strategi Pengembangan Promosi Destinasi Pariwisata dan Strategi Peningkatan Keamanan dan Kenyamanan., serta Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Strategi Pengembangan Kelembagaan Dan Manajemen Destinasi. Formulasi strategi tersebut berdasarkan hasil analisis dengan matriks SWOT pada penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan yang ideal dan relevan dalam pengembangan pariwisata Banyuwangi menuju pariwisata berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Butler, R. (1980). *The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of resources. Canadian Geographer, XXIV, 1: 5-12.* University of Western Ontario.
- Kanom, & Darmawan, R. N. (2020). Pengembangan Taman Wisata Alam Gunung Tunak Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* , 25 (2), 84-98.
- Kanom, & Zazilah, A. N. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di The Mandalika Kuta Lombok. *MEDIA BINA ILMIAH* , 14 (4), 2509-2524.
- Kanom, Darmawan, R. N., & Nurhalimah. (2020). Sosialisasi Penerapan Sapta Pesona Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Lider Desa Sumberarum Kecamatan Songgon Kabupaten Banyuwangi. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 2 (1), 24-32.
- Kasim, A., Bungin, B., Dzakiria, H., & Mokhtar, M. F. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata dan Hospitaliti. Perspektif Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods.* Jakarta: Kencana.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Pariwisata.* Bandung: Alfabeta.
- Pendit, N. (2003). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana.* Jakarta: PT Pradaya Paramitha.