

Hasil Penelitian

IJEN TOUSRIM CLUSTER (ITC): ANALISIS KLAS TER PENGEMBANGAN EKOWISATA TAMAN WISATA ALAM KAWAH IJEN

(IJEN TOURISM CLUSTER (ITC): CLUSTER ANALYSIS OF IJEN CRATER ECOTOURISM DEVELOPMENT)

Dias Satria, Joshi Maharani Wibowo, Nurma Idatul Jannah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono No. 165, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang 65300
Jawa Timur - Indonesia
Email: jhosiyosi@gmail.com

Diterima: 21 Desember 2020; Direvisi: 17 Agustus 2021; Disetujui: 23 Agustus 2021

ABSTRAK

Ijen Tourism Cluster (ITC) merupakan konsep pengembangan aktivitas ekonomi dan pariwisata melalui pemekaran dan penciptaan destinasi pariwisata baru di kawasan sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen. ITC memanfaatkan modal alam dan modal sosial yang terdapat pada kawasan destinasi pariwisata untuk menciptakan aktivitas pariwisata yang berkelanjutan di kawasan Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan strategi pariwisata berkelanjutan berbasis klaster pariwisata yang memanfaatkan integrasi antara daya tarik alam dan potensi kelembagaan yang dimiliki oleh masyarakat lokal dalam aplikasinya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 (tiga) kendala utama dalam aplikasi ITC untuk mengembangkan aktivitas pariwisata di kawasan sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Ketiga kendala tersebut terjadi karena belum optimalnya kapasitas kelembagaan pengelolaan BUMDes dan BUMDesa Bersama, rendahnya lama tinggal wisatawan di area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen, dan rendahnya integrasi klaster antar kawasan destinasi pariwisata di sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Untuk mengatasi hambatan tersebut penelitian ini memberikan solusi berupa penciptaan dan pengembangan creative hub atau ITC HUB yang berfungsi sebagai wadah inovasi dan kreativitas masyarakat lokal, serta sebagai pusat sarana edukasi dan penguatan potensi pariwisata Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Kedepannya area creative hub pada kawasan sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen akan menjadi pusat aktivitas ekonomi, edukasi, dan pelestarian lingkungan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

Kata kunci: creative hub, Ijen Tourism Cluster (ITC), pariwisata, Taman Wisata Alam Kawah Ijen

ABSTRACT

Ijen Tourism Cluster (ITC) is a concept to developing economic and tourism activities by expanding and developing tourism destinations around Ijen National Park. ITC uses the natural and social capital found in tourism destination areas to create sustainable tourism activities in the Ijen Crater Nature Park area. This research was conducted to develop a tourism cluster based on a sustainable tourism strategy that integrates natural attractions and local communities' potential applications. The research showed three main problems of ITC applications for tourism activities around Ijen Crater Nature Park. These problems occurred because local communities cannot manage village-owned enterprises (BUMDes) and joint village-owned enterprises (BUMDesa Bersama) optimally; tourists's length of stay around Ijen National Park was short; and cluster integration between tourism areas around the Ijen National Park is poor. This research provides a solution to that problem by creating and developing a creative hub to overcome this problem. The creative hub or known as ITC HUB in the ITC area functioned as a local community's innovation and creativity facilities and a center for educational facilities and strengthening Ijen National Park tourism competitiveness. In the future, the creative hub in this area will become the center of economic activity, education, and environmental conservation for local communities and tourists.

Keywords: *creative hub, Ijen Tourism Cluster (ITC), tourism, Ijen Crater National Park*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktivitas perubahan tempat tinggal sementara individu/kelompok keluar dari tempat tinggal permanen dengan alasan tertentu, selain itu menghasilkan upah terdapatnya permintaan kebutuhan dari wisatawan, investor, masyarakat setempat, dan pemerintah (Sunaryo, 2013). Sehingga pengembangan kawasan pariwisata pada suatu daerah seringkali dipengaruhi oleh aspek nyata (*tangible*) yang ada di sekitar area wisata (Satria & Erlando, 2018). Hal ini dilakukan agar kawasan wisata dapat dikembangkan secara efektif dan maksimal.

Pada perkembangannya destinasi pariwisata seringkali dikelompokkan berdasarkan aspek nyata yang sering kali dimanfaatkan sebagai daya tarik utama destinasi tersebut. Contohnya adalah ekowisata dan wisata bahari merupakan destinasi pariwisata yang daya tariknya berasal dari potensi modal alam yang ada di sekitar kawasan wisata, sedangkan festival budaya dan *community based tourism* (CBT) adalah destinasi pariwisata yang daya tarik kawasannya berasal dari kelembagaan atau budaya masyarakat lokal di sekitar area wisata (Chin et al., 2014; Kong et al., 2015; Sunaryo, 2013).

Destinasi pariwisata seperti ekowisata dan CBT yang juga dikenal sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan, saat ini tengah menjadi kawasan wisata diminati oleh masyarakat khususnya para generasi millennial untuk dikunjungi (Palazzo et al., 2021). Destinasi pariwisata berkelanjutan adalah kawasan wisata yang aktivitas wisatanya tidak dapat dipisahkan dari upaya-upaya konservasi serta pemberdayaan ekonomi lokal untuk mendorong terciptanya rasa hormat yang lebih tinggi terhadap lingkungan dan perbedaan kultur atau budaya lokal (Teelucksingh, 2019).

Salah satu kawasan di Indonesia yang memanfaatkan potensi alam dan modal sosial yang ada di dalam kelembagaan masyarakat lokal adalah Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang kaya akan modal alam dan modal sosialnya, sehingga sebagian besar aktivitas ekonominya didominasi oleh sektor pariwisata dan sektor terkait lainnya (Dewi, 2019; Putri et al., 2015). Kabupaten Banyuwangi memiliki aspek nyata berupa potensi modal alam yang menjadi perhatian nasional untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata berskala internasional yaitu Taman Wisata Alam Kawah Ijen (Kawah Ijen) (Kementerian PPN; Bappenas, 2019).

atau gaji (Ningrum & Kuswardani, 2017). Secara lebih luas UU No.10 Tahun 2009 menjelaskan kepariwisataan sebagai keseluruhan kegiatan terkait pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul karena

Kawah Ijen merupakan kawasan ekowisata yang daya tarik utamanya berasal dari aspek nyata berupa modal alam yaitu Gunung Ijen dan Kawah Biru yang ada di dalamnya. Pada tahun 2018, Kawah Ijen ditetapkan sebagai salah satu kawasan 'Geopark Global', penetapan ini secara langsung memberikan dampak ekonomi terhadap Kabupaten Banyuwangi karena berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 14,47% di tahun yang sama (Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2019). Selain itu, daya tarik pariwisata di area Kawah Ijen tidak hanya berasal dari daya tarik alam saja, tetapi juga terdapat daya tarik sosial yang berasal dari masyarakat lokal (Suku Osing).

Daya tarik sosial yang dimaksud berupa kesenian seperti tari dan musik serta adat atau kebiasaan masyarakat lokal seperti kebiasaan minum kopi yang dilakukan oleh masyarakat lokal (Satria & Erlando, 2018). Pemanfaatan modal sosial pada sektor pariwisata di area Kawah Ijen telah dilakukan melalui berbagai pengadaan festival seperti Festival Ngopi Sepuluh Ewuh, Jazz Gunung Ijen, dan Festival Lembah Ijen. Festival-festival tersebut merupakan instrumen pelestarian budaya lokal dan instrumen aktivitas ekonomi bagi masyarakat lokal, sekaligus daya tarik wisata bagi wisatawan (Lussetyowati, 2015).

Pemanfaatan modal sosial dalam kepariwisataan merupakan suatu integrasi antara pemerintah, organisasi, pelaku pariwisata, peraturan, dan teknis pelaksanaan, yang berlangsung secara terus-menerus, agar tujuan kepariwisataan secara nasional, regional, dan lokal dapat tercapai (Kementerian Pariwisata, 2019). Goodwin & Santilli (2009) menyatakan konsep pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism / CBT*) dimaksudkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan melibatkan masyarakat miskin yaitu mereka yang secara tradisional hidup sebagai petani atau nelayan, tinggal secara turun temurun di daerah yang potensial untuk pengembangan pariwisata.

Aktivitas pariwisata di Indonesia yang memanfaatkan modal sosial di atur oleh Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS yang menyatakan pengembangan konsep kelembagaan pada sektor pariwisata di Indonesia lebih berorientasi kepada bagaimana pemerintah kabupaten dapat

meningkatkan partisipasi semua pihak untuk mengembangkan potensi lokal melalui aktivitas pariwisata (Sunaryo, 2013). Sehingga melalui aktivitas ekonomi pada sektor pariwisata masyarakat di area rural memiliki peluang untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Chin et al., 2014).

Pengelolaan ekowisata yang didominasi oleh peran masyarakat lokal melalui konsep CBT dilakukan dengan tujuan untuk memberikan manfaat langsung (*direct benefits*) kepada masyarakat sebagai salah satu aktivitas yang dapat meningkatkan taraf hidup dan mengentaskan masyarakat dari garis kemiskinan (*poverty alleviation*) di daerah yang tidak terjangkau aktivitas ekonomi secara langsung (Joppe, 1996). Pengembangan dan kemajuan kawasan wisata sering kali dipengaruhi oleh profesionalisme dan eksistensi SDM kelembagaan masyarakat lokal (Nugroho, 2015). Sehingga, semakin maju lembaga yang terdapat pada destinasi pariwisata (kuantitas dan kualitas) maka kemajuan pariwisata pada area tersebut cenderung lebih maju dari pada area lainnya (Hilman, 2017; Kuhaja, 2014).

Kemajuan pada kawasan wisata akan mempermudah proses sinergi antar *stakeholder* (pemerintah pusat, daerah, investor serta masyarakat). Ketika para *stakeholder* telah terintegrasi dengan baik maka akan tercipta *multiplier effect* positif yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung oleh masyarakat dan daerah tersebut, namun tetap meminimalisir dampak negatif yang mungkin terjadi di kawasan wisata seperti konflik antar *stakeholder* terkait penggunaan modal sosial sebagai daya tarik pariwisata, masalah lingkungan, dan lain sebagainya (Kuhaja, 2014).

Destinasi Taman Wisata Kawah Ijen merupakan destinasi yang sangat diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Sehingga aktivitas pariwisata di area Taman Wisata Kawah Ijen dan sekitarnya tidak boleh hanya menjadi motivasi bagi pemerintah dan masyarakat setempat untuk memulai aktivitas ekonomi terkait pemenuhan kebutuhan wisatawan (Sunaryo, 2013). Namun juga harus dijaga kelestarian modal alam dan modal sosial yang ada di dalamnya. Sayangnya pariwisata berbasis modal alam seperti Kawah Ijen memiliki kelemahan fatal seperti kunjungan wisatawan sangat di pengaruhi oleh kondisi alam Kawah Ijen (Carada, 2019).

Berdasarkan data, pada tahun 2012 dan 2020 area Kawah Ijen sempat mengalami kontraksi penurunan wisatawan karena adanya indikasi aktivitas gunung berapi Ijen dan pandemic COVID-19 (Aditya, 2020; Balai Besar KSDA Jawa Timur, 2016). Sehingga untuk

mengatasi kondisi ketidakpastian ekonomi pada sektor pariwisata, perlu dilakukan analisa dan diciptakan rekomendasi sehingga potensi *tangible* dan *stakeholder* terkait di area Kabupaten Banyuwangi dapat bersinergi untuk menciptakan aktivitas pariwisata berkelanjutan yang efektif dan efisien.

Salah satu konsep yang sesuai dengan kebutuhan pariwisata Kabupaten Banyuwangi adalah konsep "Klaster Pariwisata". Klaster pariwisata merupakan kumpulan dari sekelompok perusahaan dan institusi berkepentingan yang terhubung karena memiliki kesamaan produk barang atau jasa, serta kepentingan pada destinasi pariwisata tertentu (Borkowska-Niszczota, 2015). Pada area Kawah Ijen, konsep klaster pariwisata diterapkan dalam bentuk kolaborasi klaster desa yang berada di sekitar wilayah Kawah Ijen yang kemudian disebut sebagai 'Ijen Tourism Cluster' (ITC).

ITC merupakan strategi pengembangan klaster wisata di sekitar Kawah Ijen yang bertujuan untuk mengembangkan pusat-pusat pariwisata lokal yang inklusif agar dapat mendorong kearifan lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya (Mabruri & Prabawati, 2019). Strategi berbasis konsep klaster ekonomi sering kali diaplikasikan pada sektor pariwisata untuk memperluas area daya tarik dan daya saing pariwisata, sehingga kawasan tersebut mampu menarik wisatawan baru dari berbagai daerah (Yalçınkaya & Güzel, 2019).

Melalui klaster pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata mendapatkan beberapa keuntungan seperti terdapatnya orientasi kebijakan publik dan strategi penguatan daya saing dari *stakeholder* yang ahli dalam bidang tersebut seperti pemerintah dan investor dan meningkatkan keunggulan komparatif kawasan wisata karena memiliki banyak daya tarik pariwisata yang diperkenalkan kepada wisatawan (Fundeanu, 2015; Jackson & Murphy, 2002; Krugman & Obstfeld, 2003). Dapat disimpulkan pengembangan destinasi pariwisata melalui klaster ekonomi akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi lembaga pariwisata, wilayah, dan negara tersebut (Arsezen-Otamisa & Yuzbasioglu, 2013).

Pengembangan Kawah Ijen melalui ITC yang dikuatkan dengan konsep CBT diharapkan dapat menjadi solusi pengembangan aktivitas pariwisata Taman Wisata Alam Kawah Ijen untuk dikembangkan menjadi wadah kolaborasi aktivitas kreatif, seni dan ekonomi lokal (*economic and creative hub*) yang mampu memberikan nilai tambah bagi kesejahteraan

masyarakat lokal. Pengembangan klaster pariwisata alam yang dikuatkan dengan konsep CBT juga memiliki keuntungan lain yaitu mengurangi resiko dampak negatif aktivitas pariwisata yaitu hilangnya kesakralan/keaslian modal sosial yang terdapat masyarakat lokal (Bec et al., 2019; Tacconi & Zahrul, 2019).

Pengembangan potensi lokal melalui klasterisasi pariwisata dilakukan untuk memaksimalkan pemanfaatan potensi yang ada, sehingga masyarakat lokal dapat menerima manfaat ekonomi yang maksimal pula (Kementerian Pariwisata, 2019). Melalui ITC integrasi antara masyarakat lokal, pemerintah dan investor terkait dapat dilakukan dengan menciptakan pengadaan perencanaan dan koordinasi sebagai upaya pengembangan kawasan pendukung Kawah Ijen Banyuwangi yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi dan kesejahteraan daerah masyarakat lokal serta mengurangi resiko tercemar dan hilangnya modal sosial yang terdapat dalam kelembagaan masyarakat lokal.

Berdasarkan pendahuluan yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan daya saing kawasan pariwisata Taman Wisata Alam Kawah Ijen berdasarkan potensi modal alam dan modal sosial yang ada di sekitar area wisata melalui konsep klaster pariwisata (ITC) yang didukung oleh konsep *Community Based Tourism* (CBT). Sebagian besar penelitian terkait pengembangan klaster pariwisata berbasis alam di Indonesia jarang sekali memanfaatkan modal sosial dan modal alam secara bersamaan jarang sekali dilakukan, sehingga penelitian ini berusaha untuk mengisi ceruk tersebut.

Hasil dan rekomendasi yang diharapkan dari penelitian ini adalah ITC yang didukung oleh konsep CBT dapat menjadi solusi efektif dan efisien untuk mengembangkan daya saing pariwisata Kawah Ijen dan destinasi pariwisata di sekitarnya, namun tetap dapat memberikan dampak positif terhadap para *stakeholder* terkait khususnya masyarakat lokal serta menekan dampak negatif yang mungkin muncul pada sektor lingkungan dan budaya.

METODE

Penelitian dilakukan secara kualitatif yang bertujuan untuk mencoba memahami fenomena sosial secara langsung tanpa adanya unsur manipulasi (Sarosa, 2012). Penelitian kualitatif sering kali ditemukan pada penelitian terkait pariwisata karena beragamnya daya tarik, perilaku masyarakat, serta manfaat ekonomi yang signifikan berbeda-beda setiap destinasi pariwisata yang diteliti (Bowitz & Ibenholt, 2009). Hasil penelitian yang diharapkan melalui metode analisa data secara kualitatif diharapkan bersifat lebih membangun/mengembangkan, bahkan bisa menemukan teori-teori sosial baru (Munawaroh, 2012).

Penelitian di lakukan pada kawasan Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur pada Bulan Maret-Juni 2019 yang berfokus pada desa yang termasuk dalam wilayah Taman Wisata Alam Kawah Ijen seperti disajikan pada Tabel 1. Wilayah penelitian melingkupi 3 kecamatan dan 14 Desa. Kawasan tersebut tidak hanya dipilih karena berada di sekitar kawasan Taman Wisata Alam Kawah Ijen tetapi juga berada di kawasan yang mudah diakses oleh wisatawan seperti Kecamatan Glagah yang berada di Jalan Raya Ijen (Jalan menuju Taman Wisata Alam Kawah Ijen).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui aktivitas observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), *focus group discussion* (FGD) dan studi pustaka pada wilayah penelitian (tabel 1.). Data sekunder didapatkan melalui studi pustaka seperti jurnal, laporan, dan buku yang terkait dengan penelitian (Bandur, 2016; Bungin, 2005; Sujarweni, 2015). Observasi yang dilakukan dalam penelitian menggunakan pendekatan *visual ethnography* dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih detail terkait optimalisasi pembangunan dan pemasaran pariwisata melalui ITC di Kabupaten Banyuwangi (Bandur, 2016, p. 105). Wawancara dan FGD dalam penelitian ini dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat langsung dengan proses klasterisasi destinasi Taman Wisata Alam Kawah Ijen.

Tabel 1. Desa yang Termasuk dalam Wilayah Wisata Kawah Ijen

Kecamatan Licin	Kecamatan Glagah	Kecamatan Kalipuro
Desa Pakel	Desa Tamansuruh	Desa Telemung
Desa Gumuk	Desa Kampunganyar	Desa Bulusari
Desa Jelun	Desa Kemiren	
Desa Segobang	Desa Paspan	
Desa Banjar		
Desa Licin		
Desa Klucing		
Desa Tamansari		

Sumber: Data penelitian (2020)

Jenis teknik analisis untuk penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu analisis yang dapat menggambarkan/menjelaskan fenomena berdasarkan data sampel yang telah didapatkan dalam penelitian (Sujarweni, 2015). Data tersebut kemudian akan disimpulkan agar bisa menfapatkan mendapatkan hasil penelitian berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian yaitu analisa terkait integrasi potensi kelembagaan, lingkungan, dan pariwisata melalui ITC di Kabupaten Banyuwangi (Milles & Huberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ijen Tourism Cluster" (ITC) merupakan strategi pengembangan daya saing pariwisata banyuwangi sebagai "one stop tourism destination". Yaitu konsep pengembangan destinasi pariwisata yang solutif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan wisatawan melalui penciptaan destinasi wisata lokal baru dan infrastruktur pendukung lainnya dengan mengintegrasikan potensi kelembagaan dan SDA melalui aktivitas pariwisata (Alonso & Liu, 2010; Koh & Hatten, 2002; Siswoyo & Nugroho, 2019; Yoniardini, 2020).

Pergeseran tren kepariwisataan dunia yang berfokus pada destinasi pariwisata minat khusus atau yang dikenal dengan ekowisata atau pariwisata berbasis festival merupakan sebuah peluang besar bagi Indonesia khususnya Kabupaten Banyuwangi untuk dikembangkan sebagai kawasan kluster pariwisata yang mampu memenuhi segala kebutuhan wisatawan. Melalui pengembangan ITC di area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen, masyarakat lokal bisa mendapatkan dampak positif ekonomi melalui aktivitas pariwisata khususnya ekowisata dan CBT.

ITC merupakan salah satu model bisnis pengembangan ekowisata berbasis masyarakat dengan tujuan untuk melakukan konservasi alam dan budaya masyarakat Kabupaten Banyuwangi yang sebagian besar masih asli dan tidak terpengaruh oleh budaya luar (wisatawan). ITC tak hanya berperan sebagai strategi peningkatan taraf hidup masyarakat lokal melalui pemberdayaan sebagai tenaga kerja dan pelaku usaha di sektor pariwisata. ITC juga berperan sebagai instrumen edukasi untuk menjaga potensi keaslian modal alam dan modal sosial yang dimanfaatkan dalam sektor pariwisata.

Secara umum ITC mengkombinasikan aktivitas wisata alam dan wisata buatan dalam satu paket wisata. ITC dikembangkan dengan menitikberatkan pada tiga hal utama yaitu: keberlangsungan alam atau ekologi, dampak

positif ekonomi, dan serta secara psikologi aktivitas pariwisata dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat lokal. Melalui ITC aktivitas wisata secara langsung memberi akses kepada semua orang wisatawan untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya masyarakat lokal melalui aktivitas pariwisata

Masing masing desa yang tercakup dalam pengembangan ITC memiliki potensi dan karakteristik yang berbeda-beda untuk dikembangkan pada sektor pariwisata. Karakteristik yang dibedakan berdasarkan potensi alam, dan budaya. Misalnya Desa di area Kecamatan Licin memiliki potensi alam yang lebih dominan, sedangkan Desa di area Kecamatan Glagah didominasi oleh potensi modal sosial yang berasal dari masyarakat lokal. Sehingga diperlukan strategi pengembangan destinasi pariwisata baru di kawasan ITC melalui pendekatan kelembagaan yang sesuai dengan potensi masing-masing desa pada tabel 2.

Berdasarkan penelitian terkait ITC di Kabupaten Banyuwangi diketahui pengembangan pariwisata dengan strategi kluster ekonomi (ITC) mengalami hambatan sebagai berikut:

- a. Belum optimalnya kapasitas kelembagaan pengelolaan BUMDes dan BUMDesa Bersama. Tidak semua desa di wilayah ITC memiliki BUMDes dan BUMDesa Bersama yang baik. Saat ini hanya terdapat beberapa desa yang memiliki BumDes untuk mengintegrasikan dan mengelola potensi pariwisata di area ITC, salah satunya adalah Desa Tamansari dan Desa Kemiren. Namun terdapat beberapa Desa yang BUMDes-nya tidak bisa mengelola potensi yang ada dengan baik seperti Desa Pakel dan Gumuk, sehingga terjadi ketimpangan ekonomi, SDM dan, infrastruktur pada kawasan-kawasan seperti ini.
- b. Rendahnya lama tinggal (*length of stay*) para wisatawan di area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Pada tahun 2018-2019, lama tinggal wisatawan domestik dan mancanegara di area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen adalah 2-3 hari dengan pengeluaran sekitar Rp. 3.000.000 untuk wisatawan domestik dan Rp. Rp. 4.000.000 untuk wisatawan mancanegara. Rendahnya lama tinggal dan pengeluaran wisatawan di area Kawah Ijen disebabkan oleh kurang terintegrasinya para *stakeholder* terkait, serta rendahnya integrasi antar destinasi wisata di sekitar Kawah Ijen. Sehingga informasi terkait destinasi wisata yang ada di

sekitar area Kawah Ijen tidak tersampaikan atau tidak diketahui oleh wisatawan dan menyebabkan wisatawan ingin segera pergi meninggalkan wilayah Kawah Ijen untuk pulang atau ke daerah lain untuk mencari destinasi wisata baru seperti ke Bali, Malang, atau Yogyakarta.

c. Rendahnya integrasi klaster antar kawasan destinasi pariwisata.

Sebagian besar aktivitas pariwisata dan terkait lainnya di sekitar area Kawah Ijen masih belum terintegrasi atau masih berjalan sendiri-sendiri. Khususnya desa yang berada jauh dari Desa Kemiren (Desa yang terletak langsung di kaki Gunung Ijen), dan Desa Tamansari (Pintu Masuk Gunung Ijen. Kondisi ini disebabkan oleh letak geografis, potensi alam, dan budaya, SDM serta infrastruktur pendukung yang kurang memadai.

Rendahnya optimalisasi kapasitas kelembagaan pengelolaan BUMDesa dan BUMDesa Bersama Kabupaten Banyuwangi menyebabkan rendahnya optimalisasi potensi modal alam dan modal sosial yang terdapat di setiap kawasan ITC. Kelembagaan masyarakat di area ITC saat ini lebih berorientasi kepada bagaimana pemerintah Kabupaten Banyuwangi dapat meningkatkan partisipasi semua pihak dalam rangka pengembangan kepariwisataan.

Konsep tersebut *membakup* peran strategis organisasi yang terkait ke dalam proses aktivitas pariwisata berkelanjutan seperti dari sisi pengembangan produk, pengembangan

pemasaran, pengembangan lingkungan sehingga dapat tercapai tujuan yang diinginkan (Sunaryo, 2013). Padahal spesifikasi pengembangan pariwisata berbasis kelembagaan seharusnya lebih ditekankan pada pemanfaatan masyarakat lokal yang berasal dari lembaga atau himpunan, organisasi, dan sejenisnya (Prafitri & Damayanti, 2016).

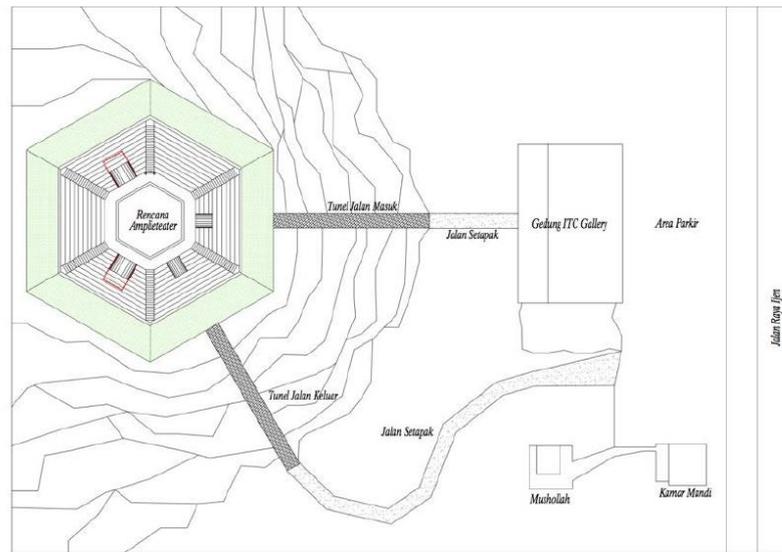
Masyarakat lokal pada kawasan ITC seharusnya lebih memiliki peran sebagai katalis (fasilitator), perencanaan, pengembangan dan promosi suatu destinasi pariwisata khususnya ekowisata (Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2019). Kondisi tersebut tidak dapat terealisasi di area ITC karena tingkat keahlian staf pengelola di ITC umumnya saat ini masih relatif rendah dan kurang berdaya saing karena rendahnya kualitas SDM masyarakat lokal yang kurang memiliki pengetahuan terkait pariwisata dan kehutanan yang diperlukan untuk mengembangkan destinasi ekowisata.

Oleh karena itu, perlu dikembangkan dan dilaksanakan suatu program penelitian dan pelatihan intensif untuk memberikan keterampilan yang mendukung pengembangan pariwisata kepada masyarakat lokal secara merata sesuai dengan mandat Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia No : P.85/Menhut-II/2014 Pasal 7 terkait kerjasama penguatan kelembagaan yang meliputi peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia dan bantuan teknis berupa penelitian dan pengembangan.

Tabel 2. Potensi Masing-Masing Desa Pada Wilayah ITC

Nama Kecamatan	Nama Desa	Potensi Desa
Kecamatan Licin	1. Desa Pakel	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian dan Pertanian Padi
	2. Desa Gumuk	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian dan Pertanian Padi
	3. Desa Jelun	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian dan Pertanian Padi
	4. Desa Segobang	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian dan Pertanian Padi
	5. Desa Banjar	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian, Pertanian Padi, UMKM Produsen Gula Aren, dan <i>Homestay</i>
	6. Desa Licin	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian, Pertanian Padi, UMKM Produsen Gula Aren, dan <i>Homestay</i>
	7. Desa Kluncing	Perkebunan Kopi, Manggis, Durian, Pertanian Padi, UMKM Produsen Gula Aren, dan <i>Homestay</i>
	8. Desa Tamansari	<i>Café, Homestay, dan Rest Area</i> menuju Taman Wisata Alam Kawah Ijen
Kecamatan Glagah	9. Desa Kampung Anyar	<i>Homestay</i> dan Perkebunan Kopi Rakyat
	10. Desa Kemiren	Desa Wisata dan Festival Budaya
	11. Desa Paspan	Pertanian Padi, Perkebunan Kelapa, dan Holtikultura
Kecamatan Kalipuro	12. Desa Tamansuruh	Pertanian Padi dan Wisata Pemandian
	13. Desa Telemung	Perkebunan Kopi Rakyat dan Peternakan Kambing Etawa
	14. Desa Tamansari	Perkebunan Kopi Rakyat

Sumber: Data Primer (2020)



Gambar 1. Rancangan ITC Hub

Sumber: Pemerintah Kabupaten Banyuwangi (2019)

Pengembangan kawasan *creative hub* di area ITC merupakan strategi yang dipilih oleh *stakeholder* terkait untuk mengatasi 3 kendala pengembangan ITC pada area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen. *Creative hub* merupakan konsep pendorong pertumbuhan dan inovasi ekonomi lokal melalui wadah sosial seperti inkubasi, *service centre*, komunitas atau fasilitas berupa bangunan *co-working space* dan lembaga pelatihan untuk memaksimalkan potensi lokal melalui edukasi masyarakat lokal atau penguatan potensi kelembagaan masyarakat (Virani, 2015).

Pengembangan *creative hub* di area ITC (ITC HUB) akan menjadikan wilayah tersebut sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat dan wisatawan di wilayah Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Berdasarkan rancangan pembangunan ITC HUB (gambar 1.), ITC HUB tersebut memiliki 8 fungsi utama sebagai berikut: 1) *Amphi theatre* untuk pertunjukan seni; 2) Penginapan murah untuk wisatawan lokal dan mancanegara; 3) *Rest Area*; 4) Toko Oleh-oleh yang didominasi oleh produk lokal (*display* produk lokal); 5) Pusat informasi wisata (*Tourism Information Board*); 6) *Co-working space* dan lokasi *workshop* pengembangan Bisnis Lokal (UMKM); 7) *Coffee shop* dan *Roastery house*; dan, 8) Galeri Seni.

Pengembangan ITC HUB tidak hanya bermanfaat untuk mengembangkan sektor pariwisata tetapi juga sektor UMKM seperti *rest area*, toko oleh-oleh, dan *café coffee*. Selain itu ITC Hub dapat dijadikan pusat infrastruktur bagi masyarakat dan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata, UMKM, dan SDM di area ITC. Sebab pembangunan infrastruktur

baru di area ITC akan menciptakan potensi ekonomi baru bagi masyarakat lokal serta mempermudah pemerintah atau pihak terkait lainnya untuk memberikan pelatihan dan pemberdayaan karena fasilitas yang sudah memadai.

Pembangunan ITC Hub di kawasan Kawah Ijen akan menciptakan kesempatan pengembangan UMKM lokal. Pengembangan UMKM di kawasan ITC HUB ini sangat dipengaruhi oleh kelembagaan masyarakat lokal khususnya Karang Taruna yang sebagian besar anggota organisasinya adalah anak muda. Untuk itu anak muda yang tinggal di area sekitar ITC (14 Desa di area ITC) harus diberikan pelatihan untuk terkait digitalisasi UMKM dan pariwisata, sehingga mereka mampu untuk meningkatkan aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan teknologi pada kawasan ITC. Situasi tersebut akan mendukung terciptanya kawasan menciptakan pembangunan pariwisata yang mengintegrasikan potensi lokal dengan aktivitas ekonomi.

Selain dengan pengembangan UMKM lokal dengan memanfaatkan infrastruktur teknologi, UMKM di kawasan ITC juga dapat memanfaatkan fasilitas yang ada dalam ITC untuk memperkenalkan dan mengembangkan produk lokal yang berasal dari potensi alam Kawah Ijen melalui *branding* "Cagar Biosfer". *Brand* "Cagar Biosfer" adalah merek internasional, yang dapat dicantumkan ke dalam produk ketika produk tersebut bahan bakunya berasal dari kawasan cagar biosfer seperti Kawah Ijen (Kustiawan & Hudori, 2017). Produk lokal dan produk berlabel "Cagar Biosfer" seperti ini nantinya dapat dipajang atau bahkan

diperkenalkan melalui berbagai aktivitas yang diadakan di ITC HUB seperti festival.

Pembangunan infrastruktur ITC HUB diharapkan tidak hanya digunakan untuk mengakomodasi potensi alam dan kelembagaan yang ada, tetapi juga dapat menguatkan potensi tersebut melalui aktivitas festival yang berkelanjutan atau diadakan secara berkala. Pengadaan festival pada kawasan ITC dapat dilakukan untuk menarik perhatian wisatawan sekaligus sebagai instrumen pelestarian budaya lokal, seperti pengadaan *food and art festival*. Pengadaan *food and art festival* dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan makanan tradisional nusantara terutama yang berasal dari Kabupaten Banyuwangi.

Aktivitas dari festival *food and art* ini bisa dalam bentuk *masterclasses*, *food tours*, *food for thought*, *quick bites*, teater kuliner, *kids events*, pemutaran film, pameran lukisan dan pertunjukan musik. *Food and art festival* juga dapat dilakukan melalui pengadaan perlombaan atau pameran karya seni tradisional atau bertajuk *modern* dengan melibatkan sektor terkait seperti UMKM dan ekowisata. Kedepannya aktivitas festival yang diadakan di ITC tidak hanya mengedepankan sektor budaya saja tetapi juga ekowisata dan UMKM.

ITC HUB tidak hanya berperan untuk mengembangkan pariwisata di kawasan ITC, ITC HUB juga berfungsi sebagai fasilitas edukasi masyarakat lokal sekaligus destinasi wisata edukasi yang inovatif sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjungi ITC HUB. Edukasi kepada masyarakat lokal akan dilakukan melalui inkubasi dan *workshop* yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat seperti inkubasi dan *workshop* pada bidang *co-work "start-up"*, kewirausahaan dan teknologi. Selain itu juga akan dilakukan pelatihan dan sertifikasi di bidang *coffee and roastery* mengingat potensi produk kopi lokal di area ITC sangatlah besar.

Aktivitas edukasi ini dilakukan untuk meningkatkan kapasitas SDM masyarakat lokal sekaligus untuk melindungi UMKM lokal khususnya bagi UMKM yang bergerak di industri kopi dari segala hukum berlaku yang mungkin merugikan masyarakat lokal. Penciptaan dan pengembangan ITC HUB akan menjadi wadah inovasi dan aktivitas ekonomi di sektor pariwisata bagi masyarakat lokal serta dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan dan memperkuat daya saing ekowisata Kawah Ijen sebagai area *one-stop service* destinasi pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

KESIMPULAN

'Ijen Tourism Cluster' (ITC) merupakan strategi pengembangan daya saing pariwisata

Kabupaten Banyuwangi yang solutif dengan mengintegrasikan potensi kelembagaan dan SDA melalui aktivitas pariwisata untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan wisatawan melalui penciptaan destinasi wisata lokal baru serta infrastruktur pendukung lainnya. Sayangnya terdapat 3 hambatan utama pengembangan pariwisata berbasis kluster ekonomi di Kabupaten Banyuwangi yaitu belum optimal, yaitu: kapasitas kelembagaan pengelolaan BUMDes dan BUMDesa Bersama yang kurang optimal; rendahnya lama tinggal (*length of stay*) para wisatawan di area sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen; dan rendahnya integrasi kluster antar kawasan destinasi pariwisata.

Guna mengatasi kendala tersebut perlu dilakukan penciptaan dan pengembangan kawasan *creative hub* atau ITC HUB. Pengembangan *creative hub* di area ITC akan memusatkan aktivitas ekonomi terkait pariwisata yang berpotensi untuk mendorong pertumbuhan dan inovasi ekonomi lokal melalui wadah sosial seperti inkubasi, *service centre*, komunitas atau fasilitas berupa bangunan *co-working space* dan lembaga pelatihan untuk memaksimalkan potensi lokal melalui edukasi masyarakat lokal atau penguatan potensi kelembagaan masyarakat.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian berikut rekomendasi kebijakan yang dapat ditindaklanjuti oleh para pemangku kepentingan untuk mengembangkan 'Ijen Tourism Cluster' Kabupaten Banyuwangi kearah yang lebih baik:

1. Meningkatkan jumlah SDM kreatif yang memiliki jiwa kewirausahaan dan teknologi dengan memberikan pelatihan melalui pemberian ajang pelatihan wirausaha, pendampingan, dan perbaikan kurikulum di jenjang pendidikan yang pro kewirausahaan dan digital bisnis. Hal ini dilakukan agar BUMDes, BUM Desa Bersama, fasilitas *creative hub* yang berada di area ITC dapat dimanfaatkan dengan baik dan maksimal di masa depan.
2. Pembangunan *creative hub* ITC merupakan fasilitas yang berfungsi sebagai penguat potensi kelembagaan masyarakat dan pertumbuhan serta inovasi ekonomi lokal. Kedepannya diharapkan pemerintah mau berkomitmen untuk meningkatkan upaya pemberian apresiasi berupa penghargaan terhadap insan kreatif secara positif berkreasi dan berinovasi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

3. Mendorong produktivitas sektor pertanian dengan menjaga stabilitas harga pangan strategis, mendorong penggunaan alat-alat modern dalam proses pengelolaan pertanian dan hasil pertanian, pengelolaan hasil pertanian menjadi industri, serta mendirikan laboratorium khusus pertanian agar muncul varian-varian tanaman pertanian yang unggul. Hal ini perlu dilakukan mengingat potensi pertanian dan perkebunan di area ITC sangatlah potensial, selain itu sektor pertanian dapat dijadikan sektor unggulan pendukung perekonomian daerah selain sektor pariwisata. Kedepannya diharapkan area ITC tidak terlalu bergantung pada sektor pariwisata saja, tetapi juga lebih berfluktuatif pada sektor pertanian.
4. Mendorong potensi pariwisata dan pertanian di Kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan jumlah peningkatan penyerapan tenaga kerja melalui aktivitas UMKM atau industri ekonomi kreatif lainnya. Hal dapat dilakukan dengan memberikan ruang *link and match* antara produsen di Kabupaten Banyuwangi dengan destinasi wisata, hotel, agen travel, dan sejenisnya agar dapat bekerjasama membangun pasar wisata secara lebih luas.
5. Perlu penelitian lebih lanjut dengan melakukan survei mengenai keberhasilan implementasi kebijakan pada poin 1-4. Guna memberikan gambaran keberhasilan dan kegagalan seperti apa yang harus dievaluasi oleh pemerintah, sehingga kedepannya dapat memetakan dan membuat program dan kegiatan secara lebih matang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan masyarakat sekitar Taman Wisata Alam Kawah Ijen.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, N. R. 2020. Kunjungan Wisman pada Januari-Juni 2020 Anjlok 59 Persen. [Online] Dari: <https://travel.kompas.com/read/2020/08/03/143000727/kunjungan-wisman-pada-januari-juni-2020-anjlok-59-persen> [Diakses: 16 Agustus 2021].

Alonso, A. D., & Liu, Y. 2010. Wine tourism development in emerging Western Australian regions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), hal 245–262.

Arsezen-Otamisa, P. & Yuzbasioglu, N. 2013. Analysis of Antalya Tourism Cluster Perceived Performance with Structural Equation Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, hal 682–690.

Balai Besar KSDA Jawa Timur. 2016. *Statistik 2015*. Indonesia: Balai Besar KSDA Jawa Timur.

Bandur, A. 2016. *Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Bec, A. Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V. Skavronskaya, L. & Little, C. 2019. Management of Immersive Heritage Tourism Experience: A Conceptual Model. *Tourism Management*, 72(October 2018), hal 117–120.

Bowitz, E., & Ibenholt, K. 2009. Economic impacts of cultural heritage - Research and perspectives. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), hal 1–8.

Bungin, B. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia, hal 131.

Chin, C.-H. Lo, M.-C. Songan, P. & Nair, V. 2014. Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, hal 35–44.

Dewi, A. T. 2019. Festival Gandrung Sewu Di Kabupaten Banyuwangi Pada Tahun 2012-2018. *Tesis Sarjana*, Universitas Jember.

Fundeanu, D. D. 2015. Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), hal 744–749.

Goodwin, H. & Santilli, R. 2009. Community-Based Tourism: a success? *Tourism Management*, 11, hal 1–37.

Hilman, Y. A. 2017. Kelembagaan Kebijakan Pariwisata di level Desa. *Jurnal Ilmu Pemerintahan: Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 2(2), hal 149-163.

Jackson, J. & Murphy, P. 2002. Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), hal 36–52.

Joppe, M. 1996. Sustainable Community Tourism Development Revisited. *Tourism Management*, 17(7), hal 475–479.

Kementerian Pariwisata. 2019. *Rencana strategis 2018-2019*. [Online] Dari: <http://www.kememparekrif.go.id/post/rencana-strategis-2018-2019-kementerian-pariwisata> [Diakses: 25 November 2020].

Kementerian PPN dan Bappenas. 2019. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024*. Indonesia: Kementerian PPN/Bappenas

Koh, K. Y., & Hatten, T. S. 2002. The Tourism Entrepreneur. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(2002), hal 37–41.

- Kong, W. H., du Cros, H., & Ong, C. E. 2015. Tourism destination image development: a lesson from Macau. *International Journal of Tourism Cities*, 1(4), hal 299–316.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. 2003. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal 31.
- Kuhaja, T. (2014). Kajian Kelembagaan dalam Pengembangan Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 10(3), hal 278–292.
- Kustiawan, F. R., & Hudori. 2017. Forecasting Jumlah Wisatawan Di Taman Wisata Alam Kawah Ijen Dengan Metode Exponential Smoothing Berbantu Zaitun Time Series. *Jurnal Pendidikan Matematika & Matematika*, 1(1), hal 36–49.
- Lusetyowati, T. 2015. Preservation and Conservation through Cultural Heritage Tourism. Case Study: Musi Riverside Palembang. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184(August 2014), hal 401–406.
- Mabruri, K., & Prabawati, I. 2019. Implementasi Desa Adat Osing Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di Desa Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi. *Publika*, 7(6), 1–7.
- Milles, Matthew B. & Huberman, A. 1994. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Miriam Caryl De Luna Carada. 2019. The Role of Ecotourism in Resilience Building in Disaster Vulnerable Communities in the Philippines. *Tesis Ph. D*, Doshisha University.
- Munawaroh. 2012. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang: Intimedia.
- Ningrum, R. F., & Kuswardani, D. 2017. Perancangan Multimedia Pengenalan Objek Wisata Di Daerah Sumatera Barat. *Fromat*, 7(Mdlc), hal 1-10.
- Nugroho, I. 2015. *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, hal 154.
- Palazzo, M., Vollero, A., Vitale, P., & Siano, A. 2021. Urban and rural destinations on Instagram: Exploring the influencers' role in #sustainabletourism. *Land Use Policy*, 100(April 2020), hal 104915.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. 2019. *Master Plan : Pengembangan Creative HUB Community Based Tourism Kawasan Agrowisata Ijen Banyuwangi*. Indonesia: Pemerintah Kabupaten Banyuwangi
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia No.: P.85/Menhut-II/2014.
- Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2020-2025.
- Prafitri, G. R., & Damayanti, M. 2016. Kapasitas Kelembagaan Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Ketenger, Banyumas). *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), hal 76-86.
- Putri, S. D., Soemarno, S., & Hakim, L. 2015. Strategic Management of Nature-Based Tourism in Ijen Crater in the Context of Sustainable Tourism Development. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 3(3), hal 123–129.
- Sarosa, S. 2012. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Jakarta: PT INDEKS.
- Satria, D., & Erlando, A. 2018. *Ekonomi Festival*. Malang: UB Press.
- Sbm, N. 2020. Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), hal 124–131.
- Siswoyo, M., & Nugroho, S. 2019. the Improvement of Excellent Service Through the Implementation of One-Stop Service: a Study in the Integrated Licensing Services Office of Brebes Regency, Central Java of Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 91(7), hal 26–33.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press, hal 45 & 89.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Tacconi, L. & Zahrul, M. 2019. Forest Policy and Economics Policy forum: Institutional architecture and activities to reduce emissions from forests in Indonesia. *Forest Policy and Economics*, 108(September 2018), hal 101980.
- Teelucksingh, C. 2019. Diverse environmentalism and inclusivity in Toronto's Green Economy. *Environmental Sociology*, 5(1), hal 47–58.
- Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Virani, T. E. 2015. Re-articulating the creative hub concept as a model for business support in the local creative economy: The case of Mare Street in Hackney. *Sage Journal*, 12, hal 1–27.
- Wibowo, J. M. 2020. Studi Daya Saing Ekowisata Berkelanjutan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Tesis Master, Univesitas Brawijaya.
- Yalçinkaya, T., & Güzel, T. 2019. A general overview of tourism clusters. *Journal of Tourism Theory and Research*, January, hal 27–39.
- Yoniardini, N. B. 2020. Gandrung At Gandrung Sewu Festival As A Tourist Attraction In Banyuwangi District Nanda. *TEROB*, X(2), hal 18–34.