

**Model Pengembangan Ekowisata Berbasis *Destination Management Organizations* untuk Percepatan Ekonomi Desa di Zona Timur Kabupaten Malang**

**Bambang Supriadi**  
**Universitas Merdeka Malang**  
**Email : bambang@unmer.ac.id**

***Abstract***

*Malang Regency has considerable ecotourism potential, but its contribution to community welfare is still low. This research aims to develop a strategic model for managing Poncowismojatu ecotourism based on Destination Management Organizations (DMOs) to increase tourism competitiveness and encourage rural economic growth in Malang Regency. This research uses a qualitative descriptive method with a SWOT analysis approach. The source of informants as a research sample of 30 respondents includes tourists, local communities, tourism managers, and government representatives. Data were collected through questionnaires and then analyzed to evaluate ecotourism management's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results showed that implementing DMOs improved the quality of ecotourism services by optimizing cross-sector coordination, increasing the effectiveness of tourism marketing, and strengthening community participation in destination management. The DMOs-based management model contributes to increased tourist visits and customer satisfaction, which positively impacts the local economy. However, the main challenges are the lack of supporting infrastructure and low community awareness of environmental sustainability. The results of this study have contributed to increasing the capacity of human resources in tourism, strengthening marketing strategies, and optimizing infrastructure that supports sustainable ecotourism. Additionally, implementing DMOs will increase regional tourism's competitiveness and provide sustainable economic and ecological benefits.*

**Keywords:** *Ecotourism, Destination Management Organizations, Sustainable Development, Tourism.*

**1. Pendahuluan**

*Preferensi* pergerakan kunjungan wisatawan Indonesia sebesar 65% karena alasan alam dan budaya (Kemenpar 2012), gejala ini menunjukkan bahwa pilihan wisata alam dan budaya seperti ekowisata masih memiliki minat yang tinggi, di Kabupaten Malang daya tarik wisata alam dan budaya memiliki posisi kekuatan dan

peluang pada kuadran satu, mengingat potensi wisata ini bertumpu pada keunikan wisata alam termasuk keindahan alam dan budaya jalur timur gunung bromo dan ekologi wisata berkelanjutan memiliki nilai kepuasan tinggi di hati wisatawan (Nafi Dkk 2017).

Hasil temuan pada penelitian tahun awal (Nafi Dkk 2017) bahwa kebutuhan implementasi model strategis pengembangan ekowisata berbasis *Destination management Organization* (DMOs) untuk melakukan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan dalam rangka sinkronisasi program penyelenggaraan di lima kecamatan poncowismojatu (Poncokusumo, Wajak, Pakis, Bromo, Jabung, Tumpang) Kabupaten Malang melalui peran Perhutani dan Dinas Pariwisata, Pengelola Destinasi Wisata, Pengelola Homestay, Badan TNBS dan Masyarakat bersama-sama secara aktif mengembangkan produk wisata, pemasaran wisata dan penyelamatan lingkungan.

Implementasi pengembangan ekowisata berbasis *Destination management Organization* (DMOs) harus tetap memperhatikan Pelestarian sumber daya alam dalam pemanfaatan aktivitas pariwisata yang mengandung prinsip tanggung jawab terhadap lingkungan tanpa meninggalkan kearifan lokal dan bermanfaat untuk masyarakat desa di Ekowisata Poncowismojatu Kabupaten Malang, melalui dua kawasan yaitu kawasan lindung dan kawasan resapan air. Mengingat wilayah Kabupaten Malang memiliki kawasan andalan darat, yang tersebar di lima Wilayah Pengembangan (WP) Kabupaten Malang. Keragaman potensi di masing-masing kawasan andalan tersebut, diantaranya adalah potensi pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan, industri jasa, kerajinan, transportasi, wisata (rumah makan, hotel, toko, dan lain-lain), pariwisata (Bappeda, 2007).

Implementasi model strategis pengembangan ekowisata berbasis *Destination Management Organization* (DMOs) memanfaatkan lembaga Badan Usaha Desa (BUMDes) untuk membentuk *linked* wisata dan mengembangkan promosi wisata, kalender wisata dengan berbagai peristiwa atau pertunjukan budaya, kerjasama wisata, dan peningkatan sarana-prasarana wisata di Kabupaten Malang serta pemangku wisata diharapkan melakukan sosialisasi standar pedoman teknis, kriteria dan prosedur pengembangan nilai budaya, pemantapan pengelolaan

destinasi pariwisata khususnya dalam pengemasan daya tarik wisata kedalam produk pariwisata dan paket –paket wisata.

Selanjutnya implementasi model strategis pengembangan ekowisata berbasis *Destination Management Organization (DMOs)* dapat mengoptimalkan peran masyarakat dan insan pariwisata dalam pembangunan kepariwisataan, meningkatkan efektifitas upaya pemasaran dalam dan luar negeri dan pola kemitraan masyarakat di bidang kepariwisataan dengan adanya potensi keanekaragaman flora, fauna dan ekosistem serta keragaman budaya daerah. Menurut Indrawan et.al (2007) bahwa Indonesia dapat disebut negara mega *biodiversity* dunia yang memiliki keanekaragaman hayati paling tinggi setelah Brasil. Menurut Supyan (2011) Indonesia memiliki keasrian dan keindahan alam, berbagai jenis flora, fauna dan ekosistemnya serta keragaman budaya, salah satu potensi dasar pembangunan berkelanjutan dengan cara memanfaatkan jasa lingkungan melalui ekowisata.

Segala kelebihan dan potensi yang dimiliki Kabupaten Malang ternyata masih menyisakan permasalahan-permasalahan. Seperti hasil temuan penelitian Purnomo dkk (2013) bahwa kawasan wisata alam / cagar alam di Kabupaten Malang memiliki permasalahan yang timbul yaitu kurangnya keterpaduan antara pengelola kawasan (Perhutani) dengan pengelola ekowisata (Masyarakat) karena terjadinya perubahan kawasan lindung perhutani menjadi kawasan wisata komersial. Masalah kedua adalah potensi wisata alam di Kabupaten Malang masih belum berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Malang. Menurut data Badan Pusat Statistik (2017; p. 250) jumlah garis kemiskinan (*poverty line*) Kabupaten Malang tahun 2016 (282.933) mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya 2015 (265.629). Jumlah penduduk miskin di Kabupaten Malang 2016 (293.740) mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya 2015 (292.870).

Apabila dibandingkan dengan kabupaten dan kota di Jawa Timur, Kabupaten Malang memiliki jumlah penduduk miskin tertinggi (293.740), berikutnya Kabupaten Jember (265.100), selanjutnya Kabupaten Probolinggo (240.470), Kabupaten Sampang (227.800) Serta Sumenep (216.140) semua diatas dua ratus

ribu penduduk miskin (BPS 2017; p. 261).

Permasalahan-permasalahan pariwisata di Kabupaten Malang yang timbul tersebut diatas jika tidak segera ditanggulangi maka akan berdampak pada Rendahnya *tourism competitiveness* (daya saing pariwisata), rendahnya *sustainable tourism development* (pembangunan pariwisata berkelanjutan) sehingga pembangunan pariwisata tidak mampu mendorong percepatan ekonomi daerah seperti yang diharapkan dalam PP 50 Tahun 2011.

Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut diatas maka dibutuhkan implementasi model pengembangan ekowisata poncowismojatu berbasis pada *Destination Management Organizations (DMOs)* tentang pengelolaan pariwisata alam terhadap produk ramah lingkungan, sesuai dengan konsep *DMOs* yang ditawarkan oleh Angelo (2014) dan Borzyszkowski (2015). bahwa konsep *Destination Management Organizations (DMOs)* merupakan pengelolaan destinasi yang terkoordinasikan dalam satu otoritas manajemen yang mencakup keseluruhan fungsi pengelolaan terhadap elemen-elemen pembentuk suatu destinasi itu sendiri, utamanya pada aspek- aspek Pengembangan Produk, Pengembangan Pemasaran, Pengembangan Lingkungan (fisik, sosial, budaya dan ekonomi) untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Keterkaitan konsep antara Ekowisata dengan *Destination Management Organizations (DMOs)* dapat diharapkan untuk meningkatkan kualitas daya Tarik wisata (DTW) alam dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nasional dan internasional dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Malang

Berdasar pemikiran dan fakta empiris yang telah dikemukakan tersebut diatas serta dalam rangka meningkatkan kualitas destinasi pariwisata alam dan untuk mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian daerah di Kabupaten Malang maka dibutuhkan suatu kajian secara mendalam dan sistematis tentang: “Implementasi Model Pengembangan Kawasan Ekowisata Ponco Wismo Jatu Berbasis pada *Destination Management Organizations (DMOs)* di Zona Timur Kabupaten Malang”.

Kondisi internal marketing ekowisata poncowismojatu, IM merupakan

pendekatan yang relatif baru yang diadopsi oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan layanan dalam mencapai tingkatan kinerja yang lebih baik. Perusahaan melihat kegiatan operasional merupakan hal yang penting terutama pemahaman tentang sumber daya manusia perusahaan menurut Elsamen dan Alshurideh (2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan dengan pola pikir baru telah muncul dengan perusahaan yang menjadikan karyawan sebagai pelanggan mereka harus diberikan layanan yang berkualitas untuk memastikan keberhasilan sebuah bisnis.

Sekaligus pemasaran internal merupakan penyedia jasa untuk melatih dan memotivasi secara efektif karyawan yang berhubungan dengan pelanggan dan semua karyawan yang bertugas memberi pelayanan pendukung untuk bekerja sebagai suatu tim agar memuaskan pelanggan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pelayanan karyawan yang peduli terhadap pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan melalui interaksi pekerja atau pelanggan (Kotler, 1997, 2003, Quester dan Kelly, 1999).

Lombart (2010) menjelaskan bahwa keberhasilan penerapan prinsip-prinsip pemasaran internal merupakan prasyarat untuk pemasaran eksternal yang efektif kegiatan pemasaran selalu berujung kepada usaha dalam memberikan kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah jasa pariwisata. Jasa pariwisata khususnya tourist attraction mempunyai 2 pelanggan yaitu pelanggan internal yaitu pegawai wisata dan pelanggan eksternal yaitu wisatawan yang senantiasa harus mendapat perhatian dan pelayanan yang baik. Penilaian program internal marketing digunakan untuk mengetahui pandangan pegawai wisata terhadap perlakuan pengelola wisata yang mereka terima. Upayah ini membantu manajer wisata untuk menemukan apa saja faktor yang perlu perbaikan untuk dianalisis lebih lanjut demi kepuasan wisatawan.

Pelanggan internal (Pegawai wisata) merupakan individu dalam organisasi wisata yang dilayani oleh pengelola internal yang menunjukkan bahwa suatu organisasi terdiri dari rantai unit individu yang dihubungkan bersama-sama selanjutnya unit terkait digunakan untuk memuaskan pelanggan eksternal yaitu wisatawan. Bersamaan dengan hal tersebut kesadaran pelanggan baik eksternal maupun internal terhadap kualitas merupakan hal yang penting pada kondisi

tersebut organisasi wisata dituntut untuk meningkatkan segala aspek kualitas.

Organisasi dalam kegiatan bisnis jasa pariwisata sangat membutuhkan kegiatan internal marketing untuk mencapai target pemasaran, mengingat usaha jasa internal marketing memberikan banyak manfaat dalam mencapai kesuksesan pemasaran karena lebih integratif dan merupakan proses yang berkelanjutan (Lupyoadi, 2001). Manfaat internal marketing dalam usaha jasa pariwisata antara lain: Sarana efektif untuk mengembangkan keunggulan- keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan karena internal marketing memberikan suasana keterbukaan sehingga memungkinkan penggalian informasi terutama mengenai potensi sumber daya manusia. Mengurangi adanya konflik karena terencana setiap program dan partisipasi sangat ditekankan dalam setiap pengambilan keputusan. Memfasilitasi adanya inovasi, karena internal marketing merupakan proses berkelanjutan dan memotivasi pengelola wisata untuk berpikir kreatif.

Lainhalnya usaha jasa pariwisata seringkali lebih memperhatikan pemasaran eksternal dan pemasaran interaktif, namun harusnya pemasaran internal juga diberi porsi perhatian yang sama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan eksternal. Aktivitas internal marketing selama ini belum banyak memberikan dampak positif kepada *external service quality* (ESQ) pada pegawai jasa pariwisata dalam melayani wisatawan di tourist attraction. Sampai saat ini *Service quality* atau SERVQUAL belum banyak dipahami oleh pengelola tourism destinasi, sehingga nilai kepuasan wisatawan tergolong sedang-sedang saja belum mencapai nilai kepuasan maksimal terutama yang menyangkut kualitas pelayanan *tangibles* (berwujud), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan (teknologi) serta penampilan pegawainya. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan. *Assurance* (jaminan/kepastian), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Empathy* (empati), yaitu

memberikan perhatian tulus dan bersifat individual.

Kebanyakan usaha jasa pariwisata merupakan aktivitas yang tak berwujud dan yang memerlukan interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa, maka tidak bisa tidak, segenap perhatian penyedia jasa haruslah berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan khususnya terhadap kualitas pelayanan sehingga wisatawan terpuaskan dan mempunyai loyalitas tinggi terhadap penyedia jasa, untuk mendukung hal tersebut perlu adanya pemasaran internal karena pemasaran internal yaitu pemasaran oleh penyedia jasa untuk melatih dan memotivasi secara efektif pengelola wisata yang berhubungan dengan pelanggan dan semua karyawan yang bertugas memberi pelayanan pendukung untuk bekerja sebagai suatu tim agar memuaskan pelanggan (Quester dan Kelly 1999, Kotler 1997, 2003, Lupiyoadi, 2001).

Pemasaran internal diharapkan dapat memicu dan memacu pengelola wisata untuk berpikir kreatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara eksternal pada wisatawan dan mempunyai satu kesamaan pandang untuk lebih peduli ke pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dengan lebih peduli ke pelanggan diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan atau tingkat perasaan pelanggan setelah menerima dan merasakan jasa secara keseluruhan (Cronin dan Taylor, 1992, Kotler, 1997, 2003, Salehudin 1999, Trybus, et al., 2000, Farrel, et al., 2001). Kepuasan pelanggan yang tinggi pada akhirnya diharapkan akan dapat menimbulkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap penyedia jasa, dengan demikian kualitas pelayanan bidang pariwisata yang tinggi dengan lebih peduli ke wisatawan diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Mengingat pentingnya pemasaran internal bagi penyedia jasa termasuk jasa pariwisata, maka tujuan penelitian ini mencoba untuk mencari tahu besarnya pengaruh pemasaran internal untuk meningkatkan *external service quality* (ESQ).

Kabupaten Malang salah satu wilayah masuk dalam rencana pengembangan wisata strategis yaitu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang termaktub dalam RIPPARNAS (Rencana Induk Kepariwisata Nasional) Tahun 2010 – 2025, mengingat Kabupaten Malang merupakan daerah yang memiliki

potensi pariwisata (wisata gunung, wisata air dan wisata hutan) sangat menjanjikan untuk bisa memberikan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Namun demikian potensi wisata tersebut masih belum berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Malang, Menurut data Badan Pusat Statistik (2017; p. 250) jumlah garis kemiskinan (*poverty line*) Kabupaten Malang tahun 2016 (282.933) mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya 2015 (265.629). Jumlah penduduk miskin di Kabupaten Malang 2016 (293.740) mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya 2015 (292.870). Tujuan penelitian Implementasi model pengembangan ekowisata poncowismojatu berbasis pada *Destination Management Organizations (DMOs)* tentang pengelolaan pariwisata alam terhadap produk ramah lingkungan sesuai dengan Standar Nasional Indonesia.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Pengelolaan Wisata Alam Berbasis Masyarakat**

Prinsip dan kriteria pengelolaan pariwisata alam dalam Standar Nasional Indonesia (SNI -8013:2014): 1. Kelestarian fungsi ekosistem, 2. Kelestarian obyek daya tarik wisata alam, (ODTWA), 3 Kelestarian sosial budaya, 4. Kepuasan, keselamatan dan kenyamanan pengunjung, 5. Prinsip manfaat ekonomi. Pengelolaan dan Pengembangan Kawasan Ekowisata Berbasis Masyarakat meliputi: 1. Upaya Perbaikan kondisi lingkungan di kawasan site ekowisata. 2. Upaya konservasi/ reboisasi/ penanaman di dalam site kawasan ekowisata. 3. Penyiapan Infrastruktur ekowisata (Civil Teknis).4. Peningkatan Capacity building pengelola ekowisata. 5. Pelibatan masyarakat dalam pembangunan site kawasan ekowisata.

### ***Destination Management Organizations (DMOs)***

Konsep Destination Management Organizations (DMOs) menurut (Borzyszkowski 2015) dan Angelo Presenza (2014) bahwa DMOs merupakan bentuk otoritas pengelolaan destinasi yang terkoordinasikan dalam satu otoritas manajemen yang mencakup keseluruhan fungsi pengelolaan terhadap elemen-

elemen pembentuk suatu destinasi itu sendiri yang memiliki 3 aspek pengembangan yaitu Produk, Pemasaran dan Lingkungan.

Pengembangan Produk; Aspek fungsi ini pada intinya untuk mengembangkan produk destinasi agar dapat memberikan kualitas produk wisata yang lebih dari hanya sekedar memberikan pengalaman dan pemenuhan harapan bagi wisatawan. Manajemen pengembangan produk destinasi yang harus menjadi tanggung jawab dari DMO ini antara lain meliputi: Koordinasi dan pengelolaan destinasi untuk memberikan kualitas pengalaman dan kepuasan bagi wisatawan, serta peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.

Pengembangan Pemasaran; untuk lebih menarik wisatawan mengunjungi destinasi. Kegiatan Manajemen Pemasaran ini meliputi antara lain Promosi destinasi, termasuk di dalamnya pengembangan branding dan image destinasi, CRM (*Customer Relationship Management*).

Pengembangan lingkungan yang baik, mencakup aspek fisik, sosial, budaya, dan ekonomi, sangat penting untuk mendukung keberlanjutan pembangunan kepariwisataan di suatu destinasi. Dalam hal ini, aktivitas fungsi manajemen lingkungan meliputi berbagai aspek, seperti perencanaan dan penyediaan infrastruktur serta pengembangan sumber daya manusia. Dengan demikian, model konseptual *Destination Management Organizations* (DMOs) dapat dikelompokkan ke dalam dua fungsi utama, yaitu: (1) tujuan pemasaran eksternal, yang berfokus pada promosi dan daya tarik destinasi ke pasar global maupun domestik, serta (2) pengembangan destinasi internal, yang mencakup perbaikan infrastruktur, peningkatan kapasitas SDM, dan optimalisasi pengelolaan sumber daya wisata untuk mendukung daya saing destinasi secara berkelanjutan.

Berbagai penelitian telah mengkaji pengembangan ekowisata dan manajemen destinasi wisata di berbagai lokasi. Purnomo et al. (2013) menyatakan bahwa Cagar Alam Pulau Sempu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai tujuan ekowisata dengan daya tarik utama berupa danau Segara Anakan, keanekaragaman flora, fauna, serta ekosistemnya. Namun, ditekankan bahwa dampak negatif dari wisata alam terhadap kawasan perlu dikelola dengan perencanaan yang tepat guna meminimalisir dampak yang ditimbulkan.

Sementara itu, Soedigdo (2013) mengkaji konsep ekowisata di Taman Wisata Alam (TWA) Bukit Tangkiling dan menemukan bahwa pengembangannya termasuk dalam spektrum *intermediate ecotourism*. Pasar pariwisata berbasis ekowisata di kawasan tersebut didominasi oleh masyarakat dari kalangan *eco-generalist* dengan karakteristik modern. Selain itu, ekowisata berperan dalam pemberdayaan masyarakat Desa Bukit Tangkiling, meskipun masih bersifat pasif.

Penelitian yang dilakukan oleh Presenza (2014) mengusulkan suatu model untuk menggambarkan manajemen organisasi destinasi wisata yang mencakup dua fungsi utama, yaitu “tujuan pemasaran eksternal” dan “pengembangan tujuan internal”. Fungsi eksternal dilihat sebagai organisasi yang mengintegrasikan aktivitas organisasi dengan pengembangan destinasi secara lebih komprehensif.

Selanjutnya, Borzyszkowski (2015) dalam penelitiannya di beberapa negara Eropa dengan sampel sebanyak 168 menemukan adanya signifikansi dalam kegiatan manajemen pemasaran berbasis *Destination Management Organizations* (DMOs). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan manajemen pemasaran yang bertanggung jawab terhadap promosi daya tarik wisata berbasis DMOs memiliki peran penting dalam pengelolaan destinasi wisata.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif, bersifat kausalitas, metode pendekatan menggunakan metode survey. Data yang dikumpulkan menggunakan pendekatan persepsional untuk memudahkan pengukuran. Data diolah dengan skala penilaian kinerja ekowisata bagi wilayah pedesaan yang memiliki potensi alam dan skala nilai dari 0 sampai dengan 10 poin.

Populasi penelitian ini terdiri dari semua unsur yang terlibat dalam pemanfaatan Ekowisata Poncowismojatu di Lima Kecamatan Kabupaten Malang: Poncokusumo, Wajak, Pakis, Jabung, dan Tumpang. Lokasi ini diambil karena Kabupaten Malang masuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang termaktub dalam RIPPARNAS (Rencana Induk Kepariwisata Nasional) Tahun 2010 – 2025, Ekowisata Poncowismojatu Kabupaten Malang dipilih karena memiliki potensi wisata alam (pegunungan, hutan dan Gua) sesuai dengan daftar

nama daya tarik wisata yang tercatat di Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Malang 2016. Populasi ini di kategori dalam 4 (empat) kelompok yaitu Wisatawan, Masyarakat lokal, Pengelolah wisata dan pemerintah/Perhutani. Jumlah populasi sebanyak 300 responden. dengan kategori wilayah yang

Teknik pengambilan sampel menggunakan Proportionate Stratified Random Sampling yaitu teknik pengambilan sampel berstrata secara proporsional, mengingat populasi tidak homogen dan memiliki perbedaan fungsi dalam kegiatan pariwisata dari jumlah populasi sebesar 300 responden ditarik menjadi 30 responden yang terdiri dari Wisatawan (15), Masyarakat lokal (10), Pengelolah wisata (4) dan Perhutani (1). Penetapan Jumlah sampel sebesar 30 responden yang diambil berdasar formulasi Nomogram Harry King (Sugiyono 2015) yakni dari 300 Populasi dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh hasil sampel sebesar  $(0.1 \times 300) = 30$  responden, Model Nomogram Harry King terlampir.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan cara mendistribusikan seperangkat pertanyaan kepada responden terdiri dari Wisatawan (15), Masyarakat lokal (10), Pengelolah wisata (4) dan Perhutani (1) yang terlibat langsung dan memahami tentang ekowisata poncowismojatu Kabupaten Malang dan teknik pengumpulan data juga menggunakan teknik wawancara, hasil wawancara digunakan untuk melengkapi pengetahuan dan pemahaman kondisi empiris dari variabel yang diteliti.

Analisis yang digunakan dalam penelitian Ekowisata Poncowismojatu ini adalah Analisis Statistik Multivariat (Multiple Discriminant Analysis) yang merupakan pengembangan hasil penelitian terdahulu tentang *Towards A Model Of The Roles And Activities Of Destination Management Organizations* (Angelo, 2014). Analisis Statistik Multivariat (Multiple Discriminant Analysis) merupakan teknik parametrik yang digunakan untuk menentukan bobot yang paling baik untuk membedakan hasil pengelolaan kawasan ekowisata sebelum dan sesudah menjalankan model pengembangan ekowisata poncowismojatu terhadap produk ramah lingkungan. Responden pelaku ekowisata di 5 kecamatan Kabupaten Malang Jawa Timur yang memiliki komitmen menjalankan konsep EMS (*Environmental Management System*). Dengan *Multiple Discriminant Analysis* dapat diharapkan

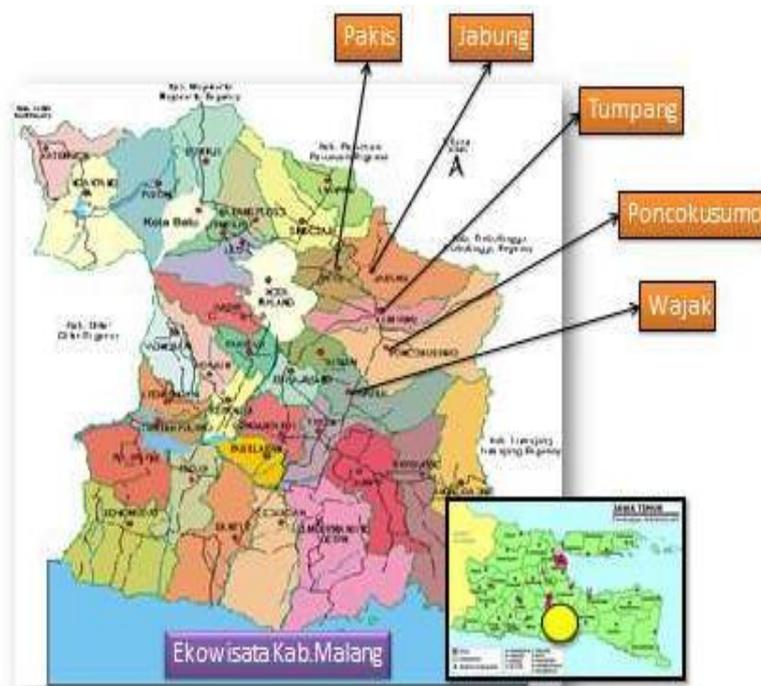
Menemukan perbedaan setiap pelaku wisata yang memiliki komitmen terhadap pengelolaan lingkungan. Alat analisis gejala sosial peneliti menggunakan metode Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threats*) untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan lingkungan eksternal-internal Ekowisata.

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

##### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Profil Geografis Poncowismojatu

Wilayah geografis Poncowismojatu Kabupaten Malang terletak pada zona timur Kabupaten Malang dengan 5 Kecamatan antara lain Kecamatan Pakis, Jabung, Tumpang, Poncokusumo dan Kecamatan Wajak, seperti dalam gambar 1 berikut:

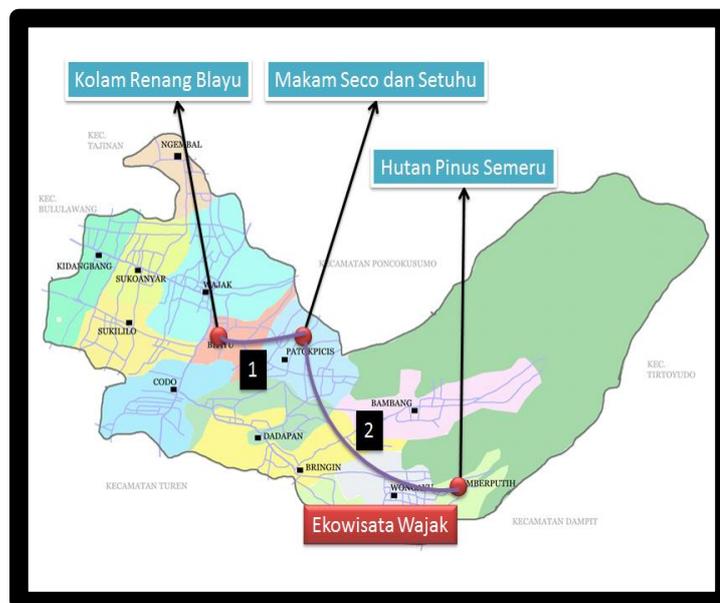


Gambar 1. Peta Ekowisata Kab. Malang

Keberadaan Hutan Pinus Semeru sebagai salah satu destinasi wisata baru di Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang berhasil menarik minat wisatawan. Tak heran memang, karena tempat ini memiliki udara yang sejuk dan alami. Hutan Pinus Semeru terletak di kaki Gunung Semeru, tepatnya di Dusun Arjosari, Desa Sumberputih, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang. Jaraknya sekitar 40 km dari

pusat Kota Malang, perlu waktu kira-kira satu jam perjalanan dari Kota Malang menuju Kecamatan Wajak.

Rute menuju lokasi cukup mudah, hanya perlu menuju ke Kecamatan Bululawang, Kabupaten Malang. Sesampainya di pertigaan lampu merah krevet, belok ke arah timur menuju Jalan Raya Bakalan, Sudimoro. Ikuti jalan utama hingga sampai menemukan pertigaan Jalan Raya Kedok, lurus ke arah masjid Tiban. Setelah melewati daerah Masjid Tiban, Anda akan menemukan Desa Sumberputih. Selanjutnya, cukup bertanya pada warga setempat tentang tempat wisata Hutan Pinus Semeru.



Gambar 2. Peta Tourist Attraction Hutan Pinus Semeru

Tempat wisata ini terbilang baru karena dibuka awal tahun 2017 lalu. Meski demikian, cukup banyak wisatawan yang penasaran dengan destinasi wisata baru ini. Tidak hanya wisatawan yang berasal dari dalam Kota atau Kabupaten Malang, tetapi juga dari luar daerah Malang. Hal ini dikarenakan Hutan Pinus Semeru menarik minat wisatawan dengan disediakannya beberapa spot untuk fotografi. Salah satu spot foto yang jadi incaran pengunjung adalah adanya payung-payung yang menggantung di antara pepohonan pinus. Selain itu, pengunjung juga bisa membawa hammock untuk dipasang pada batang pohon pinus. Selain untuk bersantai, hammock tersebut bisa jadi spot foto yang keren. Selain itu, di sepanjang area menuju spot foto ada beberapa kios. Kios-kios tersebut menjajakan dagangan

berupa makanan ringan, minuman, dan lain-lain.

Sejauh ini belum ada penarikan tiket masuk, jadi masih gratis. Hanya saja bagi pengunjung yang membawa kendaraan akan dikenakan tarif parkir kendaraan. Pengelola tempat wisata yang berada di lahan hutan pinus seluas satu hektar ini menjanjikan adanya kelengkapan fasilitas. Tidak hanya fasilitas yang ada di dalam tempat wisata, tetapi juga akses jalan yang akan diperbaiki dan dipermudah dengan adanya papan petunjuk.

Penelitian pada tahun kedua ini merupakan bentuk implementasi dari hasil temuan penelitian pada tahap pertama yaitu menemukan model koordinasi strategis lintas sektor tentang perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan pariwisata dalam rangka sinkronisasi program program penyelenggaraan Ekowisata Poncowismojatu berbasis pada DMOs di lima kecamatan Kabupaten Malang, adapun desain implementasi model penelitian seperti gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Hutan Pinus Semeru (HPS), desa Patokpicias

#### 4.1.2 Deskripsi Wisatawan Poncokusumo Kabupaten Malang

Tabel 1. Jenis Pekerjaan di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase %
1	Swasta	17	56.7
2	Negeri	13	43.3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Jenis pekerjaan wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing Desa: Wringinanom, Kecamatan: poncokusomo pegawai swasta sebanyak 17 orang (56,7%), pegawai Negeri sebanyak 13 Orang (43,3%) dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo pegawai swasta memiliki peringkat tertinggi kemudian pegawai negeri.

Tabel 2. Jenis Kelamin di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1	Laki-Laki	11	36,7
2	Perempuan	19	63.3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Jenis kelamin wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa: Wringinanom, Kecamatan: Poncokusumo laki-laki sebanyak 11 orang (36.7%), perempuan sebanyak 19 Orang (63.3%) dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo pengunjung perempuan lebih banyak daripada pengunjung laki-laki.

Tabel 3. Asal Wisatawan di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Daerah Asal	Jumlah	Persentase %
1	Lokal Malang	10	33.3
2	Luar Malang	10	33.3
3	Luar Provinsi	7	23.4
4	Wisatawan Asing	3	10%
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Asal wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa: Wringinanom, Kecamatan: Poncokusumo jumlah wisatawan lokal sebanyak 10 orang (33,3%), luar malang sebanyak 10 Orang (33,3%) luar provinsi sebanyak 7 orang (23,4%), serta wisatawan asing sebanyak 3 orang (10%), dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo, yang memiliki peringkat tertinggi lokal.

Tabel 4. Jumlah Teman Yang Ikut di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Jumlah Teman	Jumlah	Persentase %
1	Sendiri	2	6.7
2	2-5 orang	18	60
3	5 orang lebih	10	33.3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Jumlah teman yang ikut berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW), wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo wisatawan 2-5 orang sebanyak 18 orang (60%), dan sendiri sebanyak 2 Orang (6,7%), wisatawan lebih dari 5 orang sebanyak 10 orang (33.3%), dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo, 2-5 orang yang memiliki peringkat tertinggi.

Tabel 5. Asal Informasi Wisatawan Yang Ikut di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase %
1	Brosur	2	6.6
2	Teman	8	26.7
3	Internet	12	40
4	Media sosial	8	26.7
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Asal informasi wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo, wisatawan dari internet sebanyak 12 orang (40%), dari teman sebanyak 8 Orang (26.7%), dari media sosial sebanyak 8 Orang (26.7%), dan dari brosur sebanyak 2 Orang (6.6%), demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo, internet memiliki peringkat tertinggi.

Tabel 6. Kendaraan Yang Digunakan Wisatawan Yang Ikut di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Jenis Kendaraan	Jumlah	Persentase %
1	Sepeda motor	18	60
2	Mobil	11	36.7
3	Lainnya	1	3.3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Kendaraan yang digunakan wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo sepeda motor sebanyak 18 orang (60%), mobil sebanyak 11 Orang (36.7%), sementara lainnya sebanyak 1 orang (3.3%). dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo, sepeda motor memiliki peringkat tertinggi.

Tabel 7. Lamanya Wisatawan yang Ikut di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Lama Hari	Jumlah	Persentase %
1	1 hari	28	93.3
2	2-3 hari	2	6.7
3	4 hari lebih	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo dengan lama 1 hari sebanyak 28 orang (93.3%), dan selama 2-3 hari sebanyak 2 Orang (6.7%), sehingga wisatawan yang berkunjung hanya 1 hari lebih banyak.

Tabel 8. Rencana Ke Kawasan Wisata Lain di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Rencana Kunjungan	Jumlah	Persentase %
1	Ada	14	46.7
2	Tidak Ada	16	53.3
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo yang ada rencana berkunjung ke kawasan

wisata lain sebanyak 14 orang (46,7%), dan wisatawan yang berkunjung tanpa rencana sebanyak 16 orang (53.3%), dengan demikian wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo yang tanpa rencana lebih banyak dari yang rencana.

Tabel 9. Kepuasan Kunjungan Wisata Lain Di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah	Persentase %
1	Sangat Tidak Puas	6	20
2	Tidak Puas	4	13.3
3	Cukup	5	16.7
4	Puas	7	23.3
5	Sangat Puas	8	26.7
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW) wisata tubing, Desa Wringnanom, Kecamatan Poncokusumo yang merasa sangat tidak puas sebanyak 6 orang (20%), merasa tidak puas sebanyak 4 orang (13,3%), merasa cukup puas sebanyak 5 orang (16,7%), merasa puas 7 orang (23,3%), sedangkan yang merasa sangat puas sebanyak 8 orang (26.7%), hal ini berarti kebanyakan wisatawan sangat puas.

Tabel 10. Usia Pengunjung di Daya Tarik Wisata Tubing

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase %
1	17 - 37	23	76.7
2	38 - 48	3	10
3	49 - lebih	4	13.3
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data primer, diolah tahun 2018

Wisatawan yang berkunjung di Daya Tarik Wisata (DTW Tubing, Desa: wringnanom, Kecamatan: Poncokusumo dari usia 17-37 tahun sebanyak 23 orang (76,7%), dan yang berusia 38-48 tahun sebanyak 3 (10%), sementara yang berusia lebih dari 49 tahun sebanyak 4 orang (13,3%), dengan demikian wisatawan yang berusia 17-37 tahun lebih banyak dibanding lainnya.

#### 4.1.3 Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, diketahui bahwa pariwisata di Kabupaten Malang memiliki berbagai **kekuatan** (*strengths*) yang dapat menunjang pengembangannya. Dengan adanya otonomi daerah dan perangkat hukumnya, pemerintah daerah (PEMDA) memiliki kapasitas lebih besar dalam membangun destinasi baru, termasuk pengembangan objek wisata, usaha jasa, dan sarana wisata. Kabupaten Malang juga telah memiliki masterplan pengembangan pariwisata yang terpadu melalui Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Selain itu, tersedia standar, pedoman teknis, kriteria, dan prosedur dalam pengelolaan kebudayaan dan pariwisata yang dapat mendukung pengembangan sektor ini. Potensi ekonomi pariwisata yang besar menjadi daya tarik bagi para pengusaha untuk berinvestasi, sehingga jumlah usaha pariwisata terus meningkat. Keberadaan sarana informasi kepariwisataan bagi masyarakat, program sosialisasi branding nasional seperti “*Indonesia The Ultimate in Diversity*” untuk pasar luar negeri dan “Kenali Negerimu, Cintai Negerimu” untuk pasar dalam negeri, diharapkan dapat meningkatkan citra pariwisata secara global. Selain itu, kerja sama yang harmonis antara pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, dan pemangku kepentingan lainnya turut mendorong sinergi dalam pembangunan sektor ini. Ketersediaan teknologi informasi dan telekomunikasi juga mendukung promosi pariwisata yang lebih efektif, sementara sumber daya manusia (SDM) yang ada dapat mendukung operasional industri pariwisata di Kabupaten Malang.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, sektor pariwisata di Kabupaten Malang masih menghadapi beberapa **kelemahan** (*weaknesses*). Sistem informasi pariwisata yang tersedia belum mampu memenuhi permintaan dan kebutuhan dalam pengembangan sektor ini secara optimal. Selain itu, apresiasi dan kecintaan masyarakat terhadap budaya serta produk lokal masih rendah, yang diperparah dengan krisis nilai budaya, jati diri nasional, solidaritas sosial, dan rasa cinta tanah air akibat meningkatnya nilai-nilai materialisme. Standar, pedoman teknis, serta kriteria dan prosedur pengembangan nilai budaya masih kurang tersosialisasi dengan baik.

Pengelolaan destinasi pariwisata pun belum optimal, terutama dalam

pengemasan daya tarik wisata menjadi produk dan paket wisata yang menarik. Partisipasi masyarakat dan pelaku pariwisata dalam pembangunan sektor ini masih kurang maksimal, sementara strategi pemasaran, baik di dalam maupun luar negeri, belum berjalan secara efektif. Selain itu, objek dan daya tarik wisata belum tertata dengan baik, pola kemitraan masyarakat dalam bidang pariwisata belum optimal, aksesibilitas ke beberapa lokasi wisata masih terbatas, serta pengelolaan usaha jasa dan sarana wisata belum sepenuhnya terorganisir dengan baik. Kualitas SDM di sektor pariwisata juga masih perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan destinasi lain.

Pariwisata Kabupaten Malang memiliki **peluang** (*opportunities*) besar untuk berkembang lebih jauh. Dengan semakin matangnya proses demokrasi, seniman dan budayawan memiliki kesempatan lebih luas untuk menciptakan karya seni dan budaya yang dapat menarik wisatawan. Kode etik pariwisata dunia juga membantu dalam proses pelestarian benda cagar budaya, sehingga warisan sejarah dan budaya tetap terjaga dan memberikan manfaat ekonomi. Semakin tersegmentasinya wisatawan dengan motivasi khusus memberikan peluang bagi pengelola destinasi untuk menawarkan keanekaragaman produk wisata yang menarik. Masyarakat Indonesia yang dikenal ramah dan suka membantu menjadi modal penting dalam membangun pariwisata sebagai industri jasa. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang besar dalam mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Malang. Kesempatan untuk meningkatkan objek dan daya tarik wisata semakin terbuka, seiring dengan semakin kompetitifnya usaha jasa dan sarana wisata. Komitmen bersama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam memajukan pariwisata juga menjadi faktor pendukung yang kuat. Kemudahan perizinan usaha di bidang pariwisata semakin diperluas, sehingga dapat menarik lebih banyak investor untuk berinvestasi di Kabupaten Malang.

Di sisi lain, ada beberapa **ancaman** (*Threats*) yang perlu diantisipasi dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Malang. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pelestarian benda cagar budaya (BCB) dapat mengancam keberlangsungan warisan sejarah dan budaya. Kelemahan dalam pengelolaan SDM di bidang peninggalan sejarah, kepurbakalaan, dan budaya lokal juga menjadi

tantangan yang perlu segera diatasi. Rendahnya apresiasi dan kecintaan masyarakat terhadap budaya serta produk dalam negeri, yang sebagian besar disebabkan oleh keterbatasan informasi, dapat menghambat penguatan identitas lokal. Selain itu, pembangunan destinasi wisata yang kurang memperhatikan kepentingan masyarakat lokal dapat menimbulkan konflik sosial dan mengurangi manfaat ekonomi bagi mereka. Persaingan dengan daerah lain yang memiliki potensi wisata serupa juga menjadi tantangan tersendiri dalam menarik wisatawan. Selain itu, masuknya budaya asing yang tidak sejalan dengan nilai-nilai lokal dapat mempengaruhi karakter masyarakat dan daya tarik wisata berbasis budaya di Kabupaten Malang. Oleh karena itu, strategi pengelolaan yang berkelanjutan dan berbasis komunitas sangat diperlukan agar sektor pariwisata tetap kompetitif dan bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan.

#### **4.1.4 *Destination Management Organizations (DMOs)***

Implementasi model pengembangan ekowisata poncowismojatu berbasis pada Destination Management Organizations (DMOs) disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4. Model Pengembangan Ekowisata Poncowismojatu

#### 4.2 Pembahasan

Implementasi Model Pengembangan Ekowisata Poncowismojatu Berbasis *Destination Management Organizations* (DMOs) untuk pengembangan ekowisata Poncowismojatu di Kabupaten Malang yang tersaji pada gambar 4 dari keterangan nomor 1 sampai dengan nomor 10 diselaksan sebagai berikut:

Tim koordinasi memiliki peran penting dalam perencanaan, pemanfaatan, dan pengendalian ekowisata. Tim ini terdiri dari Ketua Badan Penelitian dan

Perencanaan Daerah, Sekretaris Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, serta perwakilan dari Pokdarwis dan pengelola wisata. Tugas utama tim koordinasi adalah memastikan pengelolaan ekowisata berjalan sesuai perencanaan dan regulasi yang berlaku. Selain itu, sekretariat tim koordinasi bertanggung jawab dalam mendukung tugas administrasi, menyediakan tenaga ahli atau narasumber yang diperlukan, serta mengelola keuangan. Sebagai bagian dari upaya mendukung investasi, diberikan berbagai insentif dan kemudahan bagi investor yang ingin berkontribusi dalam pengembangan ekowisata, seperti pengurangan pajak daerah, penyediaan sarana prasarana, dan percepatan perizinan.

Perencanaan ekowisata, tim koordinasi penyusunan program yang tertuang dalam RPJPD dan RPJMD. Perencanaan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari jenis ekowisata, data dan informasi, potensi pasar, hambatan, lokasi, hingga target waktu pelaksanaan. Selain itu, pengelolaan ekowisata dilakukan dengan mempertimbangkan daya tarik dan keunikan alam, kondisi ekologis dan sosial budaya, serta ketersediaan sarana dan prasarana. Pemanfaatan ekowisata mencakup pengelolaan, pemeliharaan, dan pengamanan kawasan wisata serta eksplorasi potensi destinasi baru. Pemanfaatan ini dapat dilakukan oleh individu, badan hukum, atau pemerintah daerah dengan tetap mengacu pada regulasi yang berlaku. Dalam praktiknya, pemanfaatan ekowisata juga melibatkan berbagai jasa lingkungan, seperti jasa pengaturan (misalnya pengendalian iklim dan pemurnian air), jasa pendukung (seperti siklus hara dan produksi primer), serta jasa penyediaan (misalnya bahan makanan dan energi).

Pemberdayaan masyarakat menjadi bagian penting dalam pengelolaan ekowisata. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pemanfaatan dan pelaksanaan ekowisata melalui pendidikan serta pelatihan keterampilan. Pemberdayaan ini melibatkan berbagai pihak, seperti masyarakat setempat, lembaga kemasyarakatan, Badan Permusyawaratan Desa, kader pemberdayaan masyarakat, tokoh agama, dan organisasi masyarakat lainnya. Dalam pengelolaan ekowisata, prinsip utama yang harus diperhatikan mencakup kelestarian ekosistem, daya tarik wisata, keberlanjutan sosial budaya, keselamatan pengunjung, serta manfaat ekonomi bagi masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Manfaat bagi masyarakat mencakup peningkatan lapangan kerja dan ekonomi lokal, sedangkan bagi pengusaha dan pemerintah mencakup peningkatan pendapatan dan kelangsungan usaha.

Untuk mendukung keberlanjutan ekowisata, dilakukan pembinaan oleh pemerintah daerah dan akademisi melalui bimbingan, supervisi, serta pelatihan. Pengembangan destinasi pariwisata mempertimbangkan lima aspek utama, yaitu aksesibilitas (*accessibility*), akomodasi (*accommodations*), atraksi wisata (*attractions*), aktivitas wisata (*activities*), dan fasilitas pendukung (*amenities*). Strategi pemasaran ekowisata dilakukan dengan membangun citra wisata, menciptakan harga yang kompetitif, mengkomunikasikan produk melalui berbagai media, serta mempermudah proses reservasi. Target pengelolaan ekowisata mencakup peningkatan jumlah wisatawan, kepuasan pengunjung, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat untuk mengurangi kemiskinan. Dalam aspek pengawasan, pengelola wisata wajib menyusun laporan kegiatan setidaknya dua kali dalam setahun. Pengendalian dan pengawasan dilakukan terhadap fungsi kawasan, pemanfaatan ruang, pembangunan infrastruktur, dan pelestarian lingkungan ekowisata melalui sistem perizinan, pemantauan, serta penanganan konflik yang mungkin timbul dalam pengelolaan ekowisata.

## **5. Kesimpulan**

Ekowisata Poncowismojatu memiliki berbagai keunggulan yang mendukung pengembangannya sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Keberadaan otonomi daerah dan perangkat hukumnya memungkinkan pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata, usaha jasa, serta sarana wisata dengan lebih baik. Adanya Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Malang menjadi pedoman dalam pengelolaan sektor pariwisata yang lebih terpadu. Selain itu, potensi ekonomi yang besar membuka peluang bagi peningkatan lapangan kerja dan menarik minat investor. Faktor pendukung lain termasuk ketersediaan sarana informasi kepariwisataan, program branding nasional, serta sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Teknologi informasi dan telekomunikasi juga berperan dalam memaksimalkan promosi destinasi wisata.

Namun, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diatasi untuk meningkatkan daya saing ekowisata Poncowismojatu. Sistem informasi pariwisata belum sepenuhnya efektif dalam mendukung pengembangan sektor ini. Apresiasi terhadap budaya dan produk lokal masih rendah, diperparah dengan krisis nilai budaya yang mengancam identitas nasional dan solidaritas sosial. Pengelolaan destinasi pariwisata masih lemah, terutama dalam pengemasan daya tarik wisata menjadi produk yang menarik. Partisipasi masyarakat dan insan pariwisata dalam pengembangan sektor ini juga belum optimal, sementara pemasaran wisata di dalam dan luar negeri masih kurang efektif. Keterbatasan aksesibilitas ke objek wisata, belum berkembangnya pola kemitraan masyarakat, serta kualitas sumber daya manusia (SDM) yang belum memadai menjadi tantangan utama dalam pengelolaan ekowisata di kawasan ini.

Pengembangan ekowisata Poncowismojatu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, terutama dalam peningkatan nilai ekonomi, peluang usaha, serta kesempatan kerja. Tata kelola kelembagaan yang baik serta pengelolaan dampak negatif dari aktivitas pariwisata juga menciptakan peluang kerja baru. Pengembangan wilayah diarahkan pada sektor agroekowisata yang terintegrasi dengan pertanian, terutama di wilayah Poncokusumo dan sekitarnya. Prioritas pembangunan mencakup peningkatan infrastruktur, sistem irigasi, serta konektivitas dengan pusat ekonomi dan destinasi wisata seperti Gunung Bromo. Selain itu, peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan bahasa asing, publikasi informasi wisata yang lebih baik, serta optimalisasi sarana penunjang menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing ekowisata ini. Dengan pengelolaan yang terencana dan berkelanjutan, Poncowismojatu berpotensi menjadi destinasi unggulan yang mendukung ekonomi lokal sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan budaya masyarakat setempat.

Pengembangan ekowisata Poncowismojatu secara berkelanjutan, diperlukan peningkatan sistem informasi pariwisata, penguatan apresiasi terhadap budaya lokal, serta sosialisasi standar dan pedoman teknis dalam sektor pariwisata. Pengelolaan daya tarik wisata harus lebih optimal dengan mengemasnya menjadi produk dan paket wisata yang menarik. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat dan

pelaku pariwisata sangat diperlukan dalam pembangunan sektor ini. Peningkatan efektivitas pemasaran, baik domestik maupun internasional, juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Perbaikan aksesibilitas menuju lokasi wisata serta optimalisasi pengelolaan usaha jasa dan sarana wisata harus dilakukan guna meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Model pengelolaan berbasis DMOs berkontribusi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan kepuasan pelanggan, yang berdampak positif pada ekonomi lokal. Namun, tantangan utamanya adalah kurangnya infrastruktur pendukung dan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan. Hasil penelitian ini memiliki kontribusi untuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia bidang pariwisata, penguatan strategi pemasaran, dan optimalisasi infrastruktur yang mendukung ekowisata keberlanjutan, selain dari itu penerapan DMOs akan meningkatkan daya saing pariwisata daerah dan memberikan manfaat ekonomi dan ekologi yang berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Angelo Presenza, 2014, *Towards A Model Of The Roles And Activities Of Destination management Organizations (DMOs)*, World Tourism Education and Research Centre Haskayne School of Business, Faculty of Economics University of Molise, Italy Via De Sanctis
- Badan Pusat Statistik, 2015, *Kabupaten Malang Dalam Angka 2015*, Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang
- Badan Pusat Statistik, 2015, *Jawa Timur Dalam Angka*, Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, Surabaya
- Badan Standar Nasional Indonesia, 2014, *Penilaian pengelolaan Jasa Lingkungan Keanekaragaman Hayati (Biodiversity)*, SNI 8015:2014, Jakarta
- Badan Standar Nasional Indonesia, 2014, *Sisyem Manajemen Lingkungan-Persyaratan Dan Panduan Penggunaan*, Standar Nasional Indonesia (SNI) 19-14001-2005, Jakarta
- Badan Standar Nasional Indonesia, 2014, *Pengelolaan Pariwisata Alam*, Standar

- Nasional Indonesia (SNI)8013:2014, Jakarta
- Bappeda, 2011, Rencana Pembangunan Jangka Mengengah Daerah kabupaten Malang 2010 – 2015, Kabupaten Malang
- Bappeda, 2008, Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 6 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Malang Tahun 2005-2025. Kabupaten malang.
- Bappeda, 2007, Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- Bappeda, 2013, Masterplan Ekowisata Kabupaten Malang, Kabupaten Malang
- Borzyszkowski Jacek, 2015, The significance of promotion in Destination Management Organizations' activities, e-Review of Tourism Research (eRTR), Vol. 11, No. 5/6, 2015
- Damardjati, R., S. 2000. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Pradya Paramita, Jakarta.
- Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jawa Timur, 2014, Kebudayaan dan Pariwisata dalam Angka Tahun 2014, Surabaya
- Indrawan,M.,SupriatnaJdanPrimackRB.2007, BiologiKonservasi.Jakarta.YayasanObor Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012, Keputusan Dirjen Pengembangan destinasi Pariwisata No. 23 Tahun 2012 Tentang Rencana Strategis Dirjen Pengembangan destinasi pariwisata Tahun 2012 – 2014, Jakarta
- Kementrian Hukum dan Hak asasi Manusia, 2009, Undang – Undang RI Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Sekneg RI, Jakarta
- Kementerian Kehutanan. 2012. Statistik Kehutanan Indonesia 2011.Jakarta. Kementerian Kehutanan.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri, 2009, Pedoman Pengembangan Ekowisata Daerah, Mendagri, Jakarta
- Purnomo Hari, Bambang Sulistyantara& Andi Gunawan, 2013, Peluang Usaha Ekowisata Di Kawasan Cagar Alam Pulau Sempu, Jawa Timur,Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan Vol. 10 No. 4 Desember 2013, Hal. 247 - 263

- Republik Indonesia. 2009. Undang Undang RI Nomor.10 Tahun 2009 Tentang  
Kepariwisata, Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 11. Menkumham. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2011. Peraturan Pemerintah RI No.50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025, Lembaran Negara RI Tahun 2011, No. 125. Menkumham. Jakarta.
- Riyadi Slamet, Djumilah Hadiwidjojo, DjumahirLuchman Hakim, 2012, Daya Saing Daerah Tujuan Wisata (Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi) , Jurnalaplikasi Manajemen | volume 10 | nomor 3 | september 2012
- Singgih santoso, 2002, Aplikasi SPSS Pada Satatistik Multivariat, PT Elex Media Komputindo, jakarta
- Soedigdo Doddy, (2013), Peran Ekowisata Dalam Konsep Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Taman Wisata Alam (Twa) Bukit Tangkiling Kalimantan Tengah, Jurnal Perspektif Arsitektur, Volume 8 / No.2, Desember 2013
- Sugiyono, 2015, Statistik untuk Penelitian, Cetakan ke-26 Alfabeta, Bandung
- Supriadi Bambang , 2014, Peningkatan Kemampuan Teknik Guiding Sebagai Kreteria Unjuk Kerja Pemandu Wisata Dalam Antisipasi Menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 , Prosiding Seminar Nasional, Proqram D4. Pariwisata Universitas Merdeka , Malang.
- Supriadi Bambang, 2013, Pola Pembinaan dan Pendampingan Kelompok Jasa Pemandu Wisata Di ODTW Gunung Bromo Pasuruan, Penelitian Hibah Bersaing, Unmer Malang
- Supyan.2011.Pengembangan Daerah Konservasi Sebagai Tujuan Wisata. Jurnal Mitra Bahari5:53-69.
- Suwarsono Muhammad,2008, Manajemen Strategik Konsep dan Kasus, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta
- Zuhri, M & Sulistyawati E. 2007. Pengelolaan Perlindungan Cagar Alam Gunung Papandayan. Jurnal Lingkungan Tropis28:579- 588.