

Tahapan Perkembangan Obyek Wisata di Hutan Lindung dalam Program Pemberdayaan Masyarakat

Tourism Objects Development Stages in Protected Forests in Community Empowerment Programs

¹Astika Widiyanti*, ²Dwita Hadi Rahmi

¹Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

²Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia.

(*)Email Korespondensi: widiyanti.astika@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Pengelolaan wanawisata di Resort Pengelolaam Hutan (RPH) Mangunan mengalami perkembangan yang pesat sejak dilakukan dibuka secara resmi pada Januari 2017. Perkembangan yang pesat tersebut belum terjadi secara merata pada semua obyek wisata di RPH Mangunan, sehingga perlu diketahui tahapan perkembangan pada setiap obyek wisata sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengelolaan yang tepat sesuai dengan kondisi pada masing-masing obyek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan tahapan perkembangan yang telah dicapai oleh kesepuluh obyek wisata yang ada di RPH Mangunan sampai dengan tahun 2021 serta menganalisis faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan perkembangan pada kesepuluh obyek wisata tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara, dan kuisioner untuk kemudian dianalisis dengan metode campuran. Hasil penelitian menemukan bahwa tahapan perkembangan pada kesepuluh obyek wisata di RPH Mangunan berbeda-beda. Adanya perbedaan tahapan perkembangan tersebut disebabkan oleh faktor ketersediaan dan kondisi daya tarik, aksesibilitas, ketersediaan dan kondisi fasilitas wisata, kualitas SDM pengelola, keharmonisan organisasi pengelola, motivasi ekonomi pengelola, inovasi yang dilakukan pengelola, jumlah wisatawan, motivasi wisatawan, promosi, dan kerjasama dengan pihak lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan obyek wisata di RPH Mangunan memerlukan dukungan dari berbagai pihak terutama obyek wisata yang berada pada tahap decline agar tujuan dari pemberdayaan masyarakat dapat dicapai.

Kata Kunci: hutan lindung, tahap perkembangan, wanawisata

Abstract

The management of ecotourism at RPH Mangunan has experienced rapid development since it was officially opened in January 2017. This rapid development has not occurred evenly in all tourism objects in RPH Mangunan RPH, so it is necessary to know the stages of development in each tourism object as a basis to formulate appropriate management strategies according to the conditions in each tourism object. This study aims to present the stages of development that have been achieved by the ten tourism objects in RPH Mangunan until 2021 and analyze the factors that cause differences in the development of the ten tourism objects. Data were collected through observation, interviews, and field questionnaires and then analyzed using mixed methods. The results of the study found that the stages of development in ten tourism objects at RPH Mangunan are different. The difference in development is caused by the availability and conditions of attractiveness, accessibility, availability and condition of tourist facilities, quality of human resources, organizational harmony, managing member motivation, innovations, number of tourists, tourist motivation, promotions, and collaboration with other parties. The results of this study indicate that the development of tourism objects in RPH Mangunan requires support from various parties, especially tourism objects that are in the decline stage so that the goals of community empowerment can be achieved.

Keywords: ecotourism, protected forest, stage of development

PENDAHULUAN

Pengelolaan Wanawisata Budaya Mataram di RPH Mangunan dilakukan berbasis masyarakat. Anjarika (2019) menyebutkan bahwa Pembangunan Wanawisata Budaya Mataram telah mampu memberikan kontribusi yang positif kepada penduduk sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagian penduduk desa telah menjadi pelaku wisata dan telah terjadi bertransformasi pemanfaatan hutan yang semula melakukan penyadapan getah pinus pengelola wisata. Transformasi pemanfaatan hutan tersebut dijelaskan oleh Maulidia (2018) bahwa sekitar 64% penyadap getah telah beralih menjadi pengelola wisata dan telah berhasil meningkatkan rata-rata pendapatan yang bersumber dari pengelolaan wisata sekitar 25%.

Pengelolaan Wanawisata Budaya Mataram di RPH Mangunan dilakukan secara kolaboratif antara Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan Koperasi Notowono. Kerjasama ini secara resmi dimulai sejak 31 Januari 2017. Pengelolaan Wanawisata Budaya Mataram di RPH Mangunan seringkali menjadi cerita sukses pengelolaan wanawisata yang dilakukan oleh masyarakat lokal. Meskipun demikian Wanawisata Budaya Mataram di RPH Mangunan masih terdapat beberapa masalah yang dihadapi dalam pengelolannya. Kurniawati (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengelolaan Wanawisata Budaya Mataram mengalami perkembangan yang signifikan akan tetapi pengelolaan ekowisata belum berjalan optimal karena tidak meratanya pendapatan yang diperoleh dari kesembilan spot wisata yang bernaung didalamnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap tahapan perkembangan masing-masing obyek wisata di dalam Wanawisata Budaya Mataram di RPH Mangunan serta menemukan faktor-faktor yang menyebabkan adanya perbedaan perkembangan pada masing-masing obyek wisata. Kajian mengenai tahapan perkembangan masing-masing obyek wisata di RPH Mangunan penting dilakukan agar penyusunan kebijakan pengelolaan hutan wisata berbasis

masyarakat dapat dilakukan secara tepat, mengingat pengelolaan hutan wisata berbasis masyarakat bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat.

Kajian Pustaka

Butler (1980) menyebutkan bahwa siklus hidup kawasan pariwisata terdiri dari enam fase, yakni: *exploration*, *involvement*, *development*, *consolidation*, *stagnation*, dan kemungkinan fase *rejuvenation* atau *decline*.

Damanik dkk (2018) menjelaskan bahwa siklus hidup satu atau beberapa destinasi pariwisata Indonesia tidak selalu positif-vertikal seperti siklus yang diperkenalkan oleh Butler, melainkan juga negatif-vertikal yang diakibatkan oleh peristiwa politik dan alam. Disamping itu latar belakang perkembangan, perubahan lingkup wilayah, serta intensitas dan keberlanjutan penyelenggaraan event atraksi pariwisata juga menjadi penyebab siklus hidup destinasi wisata yang berbeda-beda di Indonesia.

Gunn (1994) menjelaskan bahwa sistem pariwisata merupakan sistem yang bekerja sebagai sistem yang fungsional. Kemudian sistem ini dibedakan menjadi dua sisi, yaitu sisi *supply* (penawaran) dan sisi *demand* (permintaan). Pariwisata diidentifikasi sebagai pasar. Pasar pariwisata ini dipengaruhi oleh orang-orang yang memiliki ketertarikan dan kemampuan untuk berpariwisata, yang kemudian disebut sebagai *demand*. Agar kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi, maka dibutuhkan berbagai macam jasa layanan untuk para wisatawan di tempat wisata. Jasa layanan ini kemudian disebut sebagai sisi *supply*.

Lumbanraja (2012) menyebutkan bahwa perkembangan kawasan wisata tidak sepenuhnya mengikuti garis linear sebagaimana diasumsikan oleh Butler yang lebih menekankan faktor jumlah wisatawan sebagai tolok ukur utama perkembangan kawasan wisata. Selain faktor kuantitatif wisatawan, hal tersebut juga dipengaruhi oleh faktor produk dan atraksi wisata, demografi dan ekonomi pasar wisata, serta faktor kelembagaan dan kebijakan pariwisata.

Suranny (2021) menjelaskan bahwa perlu kerjasama yang baik antara pengelola

wisata, masyarakat, dan pemerintah untuk menunjang keberhasilan pariwisata. Kelembagaan wisata berperan sebagai wadah sekaligus penggerak dalam memfasilitasi dan mengembangkan partisipasi masyarakat dalam bidang pariwisata.

METODE

Penelitian dilaksanakan di kawasan Wanawisata Budaya Mataram yang terletak di Zona Pemanfaatan, Resort Pengelolaan Hutan (RPH) Mangunan, Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan pada selama 3 bulan (November 2021 s/d Januari 2022).

Penelitian ini merupakan penelitian deduktif. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran dengan strategi *concurrent embedded* yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif secara tidak seimbang. Data kualitatif merupakan data utama, sementara data kuantitatif adalah pendukung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur, observasi lapangan, kuisiner dan studi literatur serta data sekunder dari instansi terkait.

Wawancara dilakukan kepada pengelola obyek wisata, pengurus Koperasi Notowono, Kepala Balai KPH Yogyakarta, dan Kepala Seksi Sarana dan Prasarana Dinas Pariwisata DIY. Kuisiner dibagikan kepada pengunjung yang jumlahnya sampelnya ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Jumlah Sampel
N = Jumlah Populasi (jumlah pengunjung Pada tahun 2019)
e = Batas Toleransi kesalahan
Sehingga diperoleh jumlah sampel :

$$n = \frac{2.459.049}{1 + (2.459.049 * 0,1^2)} = 99,9959 = 100$$

Variabel yang digunakan untuk mengungkap tahap perkembangan obyek wisata adalah permintaan pariwisata, penawaran pariwisata, dan kelembagaan pariwisata. variabel yang digunakan ini

didasarkan pada teori Gunn (1994) tentang sistem pariwisata dan kelembagaan pariwisata.

Tabel 1. Variabel dan indikator untuk analisis tahapan perkembangan

Variabel	Indikator
Permintaan Pariwisata	Jumlah wisatawan yang berkunjung di tiap obyek wisata
	Asal Wisatawan
	Musim puncak kunjungan
	Pengalaman berkunjung
Penawaran Pariwisata	Jenis daya tarik di tiap obyek wisata
	Kondisi daya tarik di tiap obyek wisata
	Ketersediaan akses jalan di dalam area wisata menuju tiap obyek wisata
	Jenis alat transportasi yang dapat digunakan menuju tiap obyek wisata
	Ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata (rumah/ warung makan, toilet, area parker, tempat ibadah, listrik, penerangan, air bersih, pelayanan keamanan)
	Kondisi sarana dan prasarana pariwisata
	Ketersediaan pusat informasi
	Kegiatan promosi yang dilakukan
Kelembagaan Pariwisata	Peran lembaga pengelola objek wisata
	Peran masyarakat di luar pengelola dalam pengembangan objek wisata
	Peran pihak swasta dalam pengembangan objek wisata
	Peran pemerintah dalam pengembangan objek wisata

Variabel yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan adanya perbedaan tahapan perkembangan pada masing-masing obyek wisata adalah daya tarik, aksesibilitas, pelayanan pengunjung, motivasi pengelola, keamanan pengunjung, SDM pengelola, permintaan wisata, pemasaran, swast/investor, dukungan masyarakat, kerjasama pihak lain, dan kebijakan pemerintah. Variabel yang digunakan ini disarikan dari penelitian-penelitian terdahulu oleh peneliti lain.

Analisis tahapan perkembangan obyek wisata dilakukan secara *concurrent embedded* berdasarkan kondisi obyek wisata

yang dikaitkan dengan teori *Tourism Area Life Cycle* (TALC) dari Butler yang mana setiap tahapan memiliki ciri yang berbeda-beda:

1. *Eksplorasi* : jumlah wisatawan masih sedikit; belum tersedia fasilitas khusus; penggunaan fasilitas lokal; interaksi dengan masyarakat setempat cenderung tinggi, menjadi atraksi tersendiri untuk wisatawan, keberadaan wisatawan belum berdampak signifikan pada perekonomian dan kehidupan masyarakat; daya tarik masih sangat asli.
2. *Involvement* : masyarakat lokal mulai berinisiatif untuk menyediakan fasilitas dan jasa seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan; musim puncak kunjungan wisata sudah mulai terlihat; promosi wisata mulai dilakukan; telah ada upaya pemerintah untuk menyediakan fasilitas bagi wisatawan.
3. *Development*: jumlah wisatawan semakin bertambah dan bahkan pada periode puncak jumlahnya melebihi jumlah penduduk sekitar; pembangunan wisata sudah mulai meningkat dan tampilan fisik sudah mulai terlihat perubahan; mulai kerjasama dengan pihak luar dalam membangun fasilitas pariwisata yang lebih baik; jenis wisatawan menjadi lebih beragam; promosi wisata semakin sering dilakukan; daya tarik buatan mulai dikembangkan.
4. *Consolidation*: laju peningkatan jumlah wisatawan menurun meskipun kunjungan total tetap meningkat; sebagian besar sumber perekonomian masyarakat berasal dari pariwisata; pemasaran dan promosi diperluas untuk memperluas pasar dan memperpanjang jangka kunjungan; fasilitas yang sudah tua kurang diminati dan dianggap ketinggalan jaman; pembangunan mencapai titik maksimum sehingga memerlukan pengontrolan; terjadi persaingan harga antara perusahaan sejenis.
5. *Stagnation* : angka kunjungan wisatawan tertinggi telah tercapainya, bahkan beberapa periode cenderung stagnan; pengelolaan daerah wisata mencapai atau melampaui batas maksimum sehingga menyebabkan masalah ekonomi, lingkungan, dan social; citra pariwisata

sudah baik namun daya tarik sudah tidak menarik lagi; mengandalkan wisatawan repeater (kunjungan ulang).

6. *Decline*: obyek wisata mulai ditinggalkan karena lebih tertarik dengan atraksi yang lain; hanya dikunjungi oleh wisatawan domestik; hanya ramai saat akhir pekan dan liburan jika masih mampu diakses oleh banyak orang; fasilitas telah kehilangan fungsinya sebagai penunjang kepariwisataan.
7. *Rejuvenation* : area wisata ditata ulang sesuai dengan selera pengunjung; dilakukan penambahan daya tarik buatan; penggunaan sumber daya alam yang belum terjamah. (Butler dalam Damanik dkk (2018))

Analisis statistik deskriptif pada data kusioner digunakan untuk melengkapi dan memberi gambaran mengenai kondisi obyek wisata (permintaan dan penawaran pariwisata) berdasarkan sudut pandang wisatawan.

Faktor –faktor yang menyebabkan adanya perbedaan perkembangan pada objek-objek wisata di Wanawisata Budaya Mataram dianalisis secara deskriptif berdasarkan data wawancara dan observasi lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Perkembangan Obyek Wisata

Perintisan wanawisata telah dilakukan oleh masyarakat sebelum tahun 2017, meskipun Wanawisata Budaya Mataram secara resmi baru dibuka pada 31 Januari 2017 saat Koperasi Notowono telah bermitra dengan Dinas Kehutanan dan Perkebunan. Pengelolaan wisata di RPH Mangunan pada perkembangannya di setiap obyek wisata memiliki tahapan perkembangan yang berbeda-beda. Dari hasil analisis terdapat obyek wisata yang memiliki tahap perkembangan yang sama tapi dengan waktu pencapaian yang berbeda.

Pinussari

Jumlah pengunjung sejak tahun 2018 mengalami penurunan akan tetapi jumlah pengunjung masih banyak. Sementara penurunan signifikan terjadi pada tahun 2020-2021 dikarenakan terjadi pandemi Covid-19. Penurunan tersebut salah satunya

disebabkan banyak bermunculan wisata sejenis di sekitar Mangunan. Pengelola menyadari bahwa trend wisata spot foto cenderung mengalami penurunan. Sehingga pengelola mulai mengangkat budaya untuk menarik minat wisatawan dan bekerja sama dengan berbagai pihak. Pemasaran gencar dilakukan baik oleh pengelola maupun pemerintah. Baik melalui sosial media maupun media cetak. Gencarnya promosi ini terlihat dari 65% responden yang mengetahui tentang Pinussari melalui sosial media. Selain itu pengelola juga menjalin komunikasi dan kerjasama tak tertulis dengan agen perjalanan untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Bantuan dari pemerintah mulai masuk pada tahun 2018 untuk meng-*upgrade* fasilitas dan sarpras yang ada di dalam hutan Pinussari, seperti toilet standar internasional, warung kuliner dengan bangunan semi permanen, boardwalk, penataan lansekap, dan pembangunan TIC. Upgrading fasilitas ini dilakukan mengingat Pinussari berada dalam kawasan hutan lindung yang tidak mungkin untuk dilakukan pembangunan fasilitas yang baru. Sebanyak 25% responden di Pinussari menganggap fasilitas dan sarana di kurang memadai, terutama terkait jumlah toilet di dalam obyek wisata utama. Sedangkan 75% menganggap sudah memadai.

Dari seluruh responden yang pernah berkunjung ke Pinussari sebanyak 72% mengatakan menyukai Pinussari, sementara sisanya merasa biasa saja.

Menurut Butler dalam Damanik dkk (2018), pada tahap konsolidasi hal yang menonjol adalah bahwa sebagian besar aktivitas ekonomi masyarakat didominasi oleh atau berkaitan dengan pariwisata. Demikian juga yang terjadi pada anggota operator Pinussari, dimana seluruh anggota menggantungkan hidupnya pada kegiatan wisata di Pinussari.

Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Pinussari saat ini cenderung berada pada tahap *consolidation*.

Gunung Pengger

Jumlah pengunjung Gunung Pengger meningkat pesat sejak dibuka secara resmi pada tahun 2017 sampai 2019 (tahun 2020

menurun efek pandemi covid-19). Bahkan jumlah pengunjung tahun 2019 jumlahnya lebih dari 2 kali lipat jumlah pengunjung di tahun 2017. Menurut Butler dalam Damanik dkk (2018) salah satu ciri pada tahap *development* adalah pada musim puncak kunjungan, jumlah wisatawan bahkan sering melebihi jumlah penduduk lokal. Pada saat musim puncak jumlah pengunjung bisa mencapai lebih dari 5000 orang dalam sehari dan ini melebihi jumlah penduduk lokal di Pedukuhan Sendangsari, kelurahan Terong.

Daya tarik buatan ditambah sejak tahun 2017, seperti spot foto ranting dan gardu pandang yang dikombinasi dengan spot foto ranting. Dan sampai saat ini daya tarik buatan tersebut masih dipertahankan. Pengelola menambahkan fasilitas di dalam Pinus Pengger seperti warung makan yang dibangun dengan sederhana. Masyarakat di luar pengelola Pinus Pengger juga merintis dan membuka usaha yang menyediakan fasilitas bagi wisatawan seperti homestay, warung kuliner dan usaha lainnya yang berada di sekitar Pinus Pengger. Sebanyak 30% responden di Gunung Pengger menganggap fasilitas dan sarana di kurang memadai, terutama terkait toilet dan area parkir. Sedangkan 70% menganggap sudah memadai.

Promosi dilakukan oleh pengelola melalui sosial media. Bahkan pengelola menjalin komunikasi dengan agen perjalanan untuk memasarkan Pinus Pengger. Hal ini didukung oleh data bahwa sebanyak 47% responden mengetahui Gunung Pengger dari sosial media dan sebanyak 30% tahu dari agen perjalanan wisata. Sebelum pandemi, wisatawan yang datang ke Pinus Pengger tidak hanya dari DIY tetapi juga luar DIY bahkan mancanegara.

Dari seluruh responden yang pernah berkunjung ke Gunung Pengger sebanyak 78% mengatakan menyukai Pinus Pengger, 17% responden merasa biasa saja dan 6% responden merasa tidak suka.

Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Gunung Pengger saat ini cenderung berada pada tahap *development*.

Puncak Becici

Jumlah pengunjung meningkat pesat, dampak dari promosi yang dilakukan dan

efek kunjungan Obama pada tahun 2017. Akan tetapi pada tahun 2019 mengalami penurunan. Daya tarik buatan ditambah seperti spot foto, taman cinta, panggung pertunjukan. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan sejak tahun 2019 daya tarik budaya ditambahkan, seperti pertunjukan gejog lesung, pentas seni budaya, dan pertunjukan musik akustik.

Homestay, warung kuliner dan fasilitas lain di luar Puncak Becici dibuka oleh masyarakat. Pada tahun 2019 pemerintah memberikan bantuan untuk membangun monumen Obama dan menata lansekap.

Promosi dilakukan oleh pengelola melalui sosial media. Bahkan pengelola menjalin komunikasi dengan agen perjalanan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Puncak Becici. Hal ini didukung oleh data bahwa sebanyak 46% responden mengetahui Puncak Becici dari sosial media dan sebanyak 13% mengetahui dari agen perjalanan wisata. Sebelum pandemi, wisatawan yang datang ke Puncak Becici tidak hanya dari DIY tetapi juga luar DIY bahkan mancanegara.

Dari seluruh responden yang pernah berkunjung ke Puncak Becici sebanyak 68% mengatakan menyukai Pinus Pengger, 26% responden merasa biasa saja dan 6% responden merasa tidak suka.

Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Puncak Becici saat ini cenderung berada pada tahap *development*.

Lintang Sewu

Jumlah pengunjung di Lintang Sewu meningkat pesat pada tahun 2018, meskipun pada tahun berikutnya mengalami penurunan. Masyarakat yang tergabung mengelola Lintang Sewu berinisiatif untuk mengembangkan fasilitas di dalam seperti menambahkan spot foto, panggung pertunjukan, dan gazebo. Homestay, toko kerajinan dan fasilitas lain di luar Lintang Sewu juga dibuka oleh masyarakat. Pemerintah melalui Dinas Pariwisata DIY dan Kementerian LHK memberikan bantuan untuk membangun sarpras seperti *glamping*, toilet, mushola, aula dan beberapa unit dome sehingga tampilan fisik mulai terlihat perubahannya. Berdasarkan data kuisioner 100% responden berpendapat bahwa sarana

dan prasarana yang tersedia mampu memfasilitasi kegiatan mereka dengan baik.

Pengelola melakukan promosi melalui sosial media. Wisatawan yang datang tidak hanya dari DIY tetapi juga luar DIY. Sebanyak 67% responden mengaku menyukai Lintang Sewu dan sisanya merasa biasa aja.

Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Lintang Sewu saat ini cenderung berada pada tahap *development*.

Pinus Asri

Jumlah pengunjung menurun sejak tahun 2018, tetapi total kunjungan masih banyak. Masyarakat yang tergabung mengelola Pinus Asri berinisiatif untuk mengembangkan fasilitas di dalam seperti menambahkan spot foto dan gazebo. Pemerintah pernah memberikan bantuan untuk membangun toilet dan warung kuliner pada tahun 2019. Dari hasil kuisioner diketahui bahwa 33% responden berpendapat bahwa fasilitas seperti yang disebut diatas sudah memadai. Sedangkan 67% berpendapat bahwa fasilitas tersebut diatas kurang dapat memfasilitasi kegiatan dengan baik terutama terkait dengan kebersihan fasilitas.

Pengelola melakukan promosi melalui instagram dan facebook yang dilakukan oleh tim Pinus asri sendiri tanpa melibatkan influencer. Akan tetapi promosi masih kurang gencar dilakukan. Promosi melalui sosial media terakhir dilakukan pada bulan Mei 2021.

Selama pandemi (tahun 2020 s/d 2021) kurang dilakukan perawatan terhadap fasilitas yang ada sehingga banyak fasilitas yang rusak. Oleh karena itu perlu ditingkatkan keterlibatan berbagai pihak untuk mendukung pengelolaan wisata Pinus Asri. Dari hasil kuisioner diketahui bahwa sebanyak 33% responden yang pernah berkunjung ke Pinus Asri merasa suka dengan obyek wisata Pinus Asri dan sebanyak 67% responden merasa biasa saja.

Menurut Butler dalam Damanik dkk (2018), salah satu tanda tahap *involvement* adalah Warga masyarakat mulai menyediakan berbagai fasilitas yang secara khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Baik kegiatan promosi maupun pembentukan unit-

unit bisnis pariwisata diprakarsai dan dikembangkan oleh masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut dan ciri pada tahapan Butler maka Obyek wisata Pinus Asri saat ini cenderung berada pada tahap *involvement*.

Seribu Batu

Jumlah pengunjung cenderung meningkat sejak pertama dibuka pada tahun 2016, meskipun mengalami penurunan di tahun 2019. Masyarakat yang tergabung mengelola Seribu Batu berinisiatif untuk mengembangkan dan menambah fasilitas di dalam seperti toilet, mushola, dan spot-spot foto baru. Daya tarik buatan dan sarpras dibangun dengan bantuan dana dari Pemerintah seperti *glamping*, aula, resto dan penataan lansekap pada tahun 2019, sehingga tampilan fisik terlihat ada perubahan. Dari hasil kuisisioner diketahui bahwa 100% responden berpendapat bahwa fasilitas seperti yang disebut diatas sudah memadai.

Promosi semakin sering dilakukan dan juga dilakukan kerjasama dan komunikasi dengan TL untuk meningkatkan kunjungan. Sebelum pandemi, wisatawan yang berkunjung semakin beragam. Baik wisatawan dari DIY, luar DIY, maupun luar negeri. Dari hasil kuisisioner diketahui bahwa sebanyak 65% responden yang pernah berkunjung ke Seribu Batu merasa suka dengan obyek wisata Seribu Batu dan sebanyak 35% responden merasa biasa saja.

Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Seribu Batu saat ini cenderung berada pada tahap *development*.

Bukit Panguk

Jumlah pengunjung meningkat di tahun 2018, meskipun tahun berikutnya mengalami penurunan. Masyarakat yang tergabung mengelola Bukit Panguk berinisiatif untuk mengembangkan dan menambah fasilitas di dalam seperti spot-spot foto baru. Tahun 2019 sarpras diperbaiki dengan bantuan dana dari Pemerintah seperti warung kuliner dan toilet. Pengelola membangun spot wisata baru pada tahun 2019 yaitu kolam cinta. Pada tahun 2021 pengelola membangun sarpras baru berupa aula untuk disewakan, dengan tujuan untuk memperpanjang masa wisatawan berada di

Bukit Panguk. Dari hasil kuisisioner diperoleh data bahwa 100% responden berpendapat bahwa sarana dan prasarana yang tersedia mampu memfasilitasi kegiatan mereka dengan baik, akan tetapi perlu perbaikan pada spot foto yang ada agar lebih aman saat digunakan pengunjung.

Pengelola melakukan promosi melalui instagram dan facebook dengan foto dan video yang menarik baik yang dibuat sendiri oleh tim Bukit Panguk maupun melibatkan influencer.

Sebelum pandemi, wisatawan yang berkunjung beragam baik wisatawan dari DIY, luar DIY, maupun luar negeri. Dari hasil kuisisioner diketahui bahwa sebanyak 71% responden merasa suka dengan obyek wisata Bukit Panguk dan 29% responden merasa biasa saja.

Berdasarkan kondisi tersebut obyek wisata Bukit Panguk saat ini cenderung berada pada tahap *development*.

Bukit Mojo

Jumlah pengunjung menurun drastis sejak tahun 2018 dan bahkan tidak ada kunjungan sama sekali pada tahun 2021. Pada tahun 2018 s/d 2019 pemerintah membantu menyediakan sarpras bagi pengunjung berupa tenda *glamping/ dome*, mushola, dan melakukan perbaikan jalan. Saat ini sarpras dan fasilitas berupa gardu pandang dan spot foto sebagian besar telah rusak karena tidak adanya perawatan. Disamping itu lembaga Operator Bukit Mojo mengalami pasang surut, dan pernah bubar pada tahun 2020. Tim Koperasi mencoba membangun Bukit Mojo kembali dengan jumlah anggota 8 orang, akan tetapi sampai saat ini belum terlihat progresnya.

Menurut Butler dalam Damanik dkk (2018) karakteristik tahap *decline* antara lain: wisatawan biasanya meninggalkan kawasan kecuali untuk berakhir pekan, dan alih kepemilikan usaha pariwisata terjadi secara intensif. sementara itu yang terjadi di Bukit Mojo adalah tidak ada lagi wisatawan yang berkunjung dan kondisi fasilitas yang sebagian telah rusak. Berdasarkan kondisi tersebut Obyek wisata Bukit Mojo saat ini cenderung berada pada tahap *decline*.

Pintu Langit

Jumlah pengunjung menurun drastis sejak tahun 2019 dan bahkan tidak ada kunjungan sama sekali pada tahun 2021. Pada tahun 2019 pemerintah membantu menyediakan sarpras bagi pengunjung berupa penataan lansekap, toilet wisata, warung kuliner, area parkir dan tempat ibadah.. Saat ini sarpras dan fasilitas berupa gardu pandang dan spot foto sebagian besar rusak dan hilang karena tidak adanya perawatan dan penjagaan. Disamping itu anggota operator Pintu Langit hanya tersisa 5 orang yang aktif secara administrasi keanggotaan koperasi.

Berdasarkan kondisi tersebut obyek wisata Pintu Langit saat ini cenderung berada pada tahap *decline*.

Pada kasus Pintu Langit dan Bukit Mojo terjadi lompatan tahapan perkembangan dari tahap *involvement* menjadi *decline* yang dipengaruhi oleh faktor internal yaitu lembaga operator yang tidak kuat dan kualitas SDM pengelola yang sulit mengikuti perubahan.

Alas Literasi

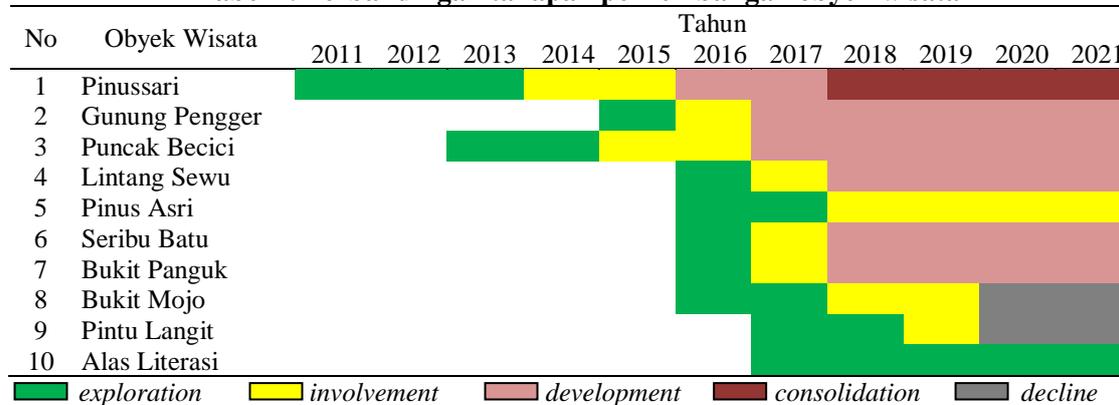
Obyek wisata buka hanya pada hari-hari tertentu saja, yaitu akhir pekan dan hari Rabu. Jumlah wisatawan yang berkunjung dalam seminggu sekitar 200 s/d 300 orang, sehingga datang dan perginya wisatawan tidak memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

Daya tarik alam dan buatan yang ada berupa kesejukan hutan pinus yang dipadukan dengan wisata literasi. Fasilitas dan sarpras yang disediakan pengelola hanya toilet, gazebo, meja dan kursi, perlengkapan camping serta restoran alam yang buka di akhir pekan saja. Akan tetapi saat pandemi tidak ada kegiatan sama sekali sehingga banyak fasilitas yang rusak.

Menurut Plog dalam Damanik dkk (2018), pada fase eksplorasi jumlah wisatawan masih terbatas dan bersifat alosentris. Berdasarkan kondisi tersebut obyek wisata Alas Literasi saat ini cenderung berada pada tahap eksplorasi.

Berikut ini adalah tabel perbandingan tahapan perkembangan obyek wisata di Wanawisata Budaya Mataram :

Tabel 1. Perbandingan tahapan perkembangan obyek wisata



Sumber : Analisis Peneliti (2022)

B. Faktor-faktor yang Menyebabkan Adanya Perbedaan Perkembangan

Jumlah wisatawan

Salah satu faktor yang mempengaruhi perbedaan tahapan perkembangan obyek-obyek wisata di RPH Mangunan adalah jumlah kunjungan wisatawan. Pada tahap awal perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung sedikit, kemudian seiring berjalannya waktu jumlah wisatawan yang berkunjung akan semakin meningkat. Jumlah

kunjungan wisatawan ini akan berdampak pada pendapatan pengelola wisata yang pada akhirnya juga akan berdampak pada pengembangan yang dilakukan pada obyek wisata.

Menurut Damayani (2017) jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata menggambarkan minat wisatawan. Di RPH Mangunan, tidak semua obyek wisata dapat menjaga agar jumlah kunjungan semakin meningkat. Beberapa obyek wisata justru menunjukkan penurunan dan kehilangan

pengunjung, seperti obyek wisata Bukit Mojo dan Pintu Langit yang dalam model Butler masuk pada tahap menurun atau *decline*.

Motivasi wisatawan

Menurut Angela dkk (2017) motivasi wisatawan berkaitan dengan hal yang wisatawan harapkan akan sesuai dengan hal yang wisatawan dapatkan di obyek wisata. Bagi calon pengunjung motivasi merupakan dorongan untuk mengambil keputusan obyek wisata mana yang akan dikunjungi. Adanya keinginan untuk mengetahui budaya yang disajikan, keinginan untuk melepaskan kepenatan, keinginan untuk merealisasikan dan mengekspresikan diri, serta keinginan untuk mendapatkan suasana baru menjadi motivasi bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata di RPH Mangunan. Adanya motivasi ini membuat pengunjung ingin mengunjungi obyek wisata di RPH Mangunan tidak hanya dalam satu kali kunjungan, bahkan dalam kunjungan yang berulang, sehingga akan mempengaruhi jumlah wisatawan yang akan ke obyek wisata RPH Mangunan.

Daya Tarik

Warpani dan Warpani (2007) menjelaskan bahwa daya tarik merupakan elemen yang menjadi bagian langsung dan menjadi pemicu pariwisata. Ketersediaan daya tarik dan kondisi daya tarik yang ada pada setiap obyek wisata di RPH Mangunan mempengaruhi tahapan perkembangan obyek wisata tersebut. Daya tarik juga menjadi faktor yang menyebabkan perbedaan perkembangan antara obyek wisata yang satu dengan obyek wisata lain yang ada di RPH Mangunan. Pada saat awal dibuka obyek wisata, hampir semua obyek wisata di RPH Mangunan mengunggulkan spot foto untuk menarik wisatawan. Sehingga wisatawan yang berkunjung sebagian besar berkeinginan untuk foto pada spot foto tersebut.

Menurut pengelola, seiring berjalannya waktu minat wisata selfie pada spot foto akan mengalami penurunan. Kecenderungan penurunan ini sudah diprediksi oleh pengelola. Sehingga diperlukan penambahan daya tarik baru yang dapat menarik minat wisatawan untuk

berkunjung, sehingga jumlah kunjungan dapat dipertahankan dan juga ditingkatkan. Namun tidak semua obyek wisata menambahkan daya tarik baru sehingga akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung dan pada akhirnya juga akan mempengaruhi tahap perkembangan obyek wisata tersebut.

Beberapa obyek wisata mengandalkan daya tarik yang sama dari sejak awal dibuka tanpa dilakukan perubahan, bahkan ada operator obyek wisata yang tidak melakukan perawatan terhadap daya tarik buatan yang mereka buat, sehingga kondisi daya tarik buatan yang ada banyak yang rusak dan berkurang keindahannya. Menurunnya kondisi daya tarik ini tentu saja berpengaruh terhadap menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung bahkan obyek wisata ditinggalkan oleh pengunjung yang mengindikasikan obyek wisata tersebut pada tahapan *decline*.

Aksesibilitas

Suranny (2021) menyatakan bahwa keterjangkauan suatu tempat wisata akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Demikian juga yang terjadi di RPH Mangunan. Aksesibilitas mempengaruhi jumlah kunjungan yang pada akhirnya juga akan mempengaruhi tahapan perkembangan yang dilalui oleh obyek wisata yang ada di RPH Mangunan. Untuk saat ini dapat dikatakan bahwa akses menuju semua obyek wisata di RPH Mangunan dalam kondisi baik dan dapat dilalui oleh kendaraan roda dua sampai Bus Besar. Akan tetapi faktor jarak, waktu, serta jenis alat transportasi apa yang dapat digunakan untuk mencapai obyek wisata tersebut juga sangat mempengaruhi minat untuk melakukan kunjungan.

Bukit Mojo merupakan obyek wisata yang terletak paling ujung dan jauh dari Jalan Imogiri-Dlingo. Obyek wisata ini juga terletak jauh dari pemukiman warga. Sebelum diperbaiki pada tahun 2018, akses jalan menuju Bukit Mojo masih berupa jalan tanah yang ditata dengan batu, dan ini menyebabkan perkembangan di Bukit Mojo lebih lambat dibandingkan obyek wisata yang lain. Seribu Batu yang dirintis hampir bersamaan dengan Bukit Mojo dan terletak di pinggir jalan Imogiri-Dlingo memiliki tahap

perkembangan yang lebih cepat dibandingkan dengan Bukit Mojo.

Fasilitas wisata

Azzahra dkk (2018) menyebutkan bahwa fasilitas layanan mendukung pariwisata dalam melengkapi kebutuhan non-atraksi wisatawan.

Ketersediaan dan kondisi fasilitas juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan obyek wisata yang berada di RPH Mangunan. Obyek wisata di RPH Mangunan dalam perkembangannya semakin membangun dan meningkatkan kualitas fasilitas pariwisata. Sebagian besar obyek wisata sejak awal dirintis sudah memiliki beberapa sarpras yang mendukung pengembangan pariwisata seperti toilet, tempat parkir, dan gazebo. Kemudian seiring berjalannya waktu sarpras tersebut semakin dilengkapi dan ditingkatkan baik kuantitas maupun kualitasnya oleh masyarakat secara swadaya maupun dengan bantuan dari pemerintah. Peningkatan kualitas sarpras seperti meningkatkan kualitas toilet, memperbaharui bangunan warung kuliner, menyediakan area parkir yang luas dan membangun tempat ibadah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan membuat wisatawan nyaman berada disana.

Beberapa obyek wisata ditambah dengan fasilitas dan sarpras baru seperti unit glamping, aula, wahana *walking board*, spot foto baru ataupun perlengkapan outbond yang pada akhirnya juga menjadi daya tarik bagi obyek wisata di RPH Mangunan tersebut. Obyek wisata Lintang Sewu yang semula mengandalkan spot foto untuk menarik wisatawan mulai bergeser mengandalkan area berkemah dan glamping untuk menarik wisatawan.

Kondisi fasilitas yang kurang lengkap dan dalam perkembangannya kondisi fasilitas menjadi buruk karena kurang perawatan menjadikan minat wisatawan semakin berkurang untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Kondisi tersebut akan memperlambat perkembangan dari obyek wisata tersebut seperti yang terjadi di Pinus Asri, atau bahkan membuat perkembangan menjadi cenderung menurun seperti yang

terjadi pada obyek wisata Pintu Langit dan Bukit Mojo.

Promosi

Menurut Damayani (2017) promosi memungkinkan proses kegiatan pariwisata berjalan, karena dengan adanya promosi, masyarakat luar akan mengetahui keberadaan objek wisata dan tentunya juga akan berdampak pada minat mereka untuk berkunjung.

Promosi juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan obyek wisata di RPH Mangunan, baik itu promosi yang dilakukan oleh pengelola, oleh Dinas Pariwisata, maupun promosi yang dilakukan secara tidak langsung oleh pengunjung. Promosi yang tepat akan mendukung perkembangan obyek wisata itu sendiri karena dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Promosi oleh pengelola dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu melalui sosial media baik instagram, facebook, youtube maupun aplikasi whatsapp. Kreativitas dan keaktifan pengelola dalam melakukan promosi sangat berpengaruh terhadap perkembangan obyek wisata tersebut. Pada obyek wisata Seribu Batu, perkembangan obyek wisata dipengaruhi faktor promosi yang dilakukan sehingga pada perkembangannya obyek wisata ini termasuk empat besar obyek wisata di RPH Mangunan yang ramai dikunjungi wisatawan meskipun perintisannya dimulai tahun 2016.

Kerjasama dengan pihak lain

Kerjasama dengan pihak lain juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan obyek wisata. Menurut Wulandari dan Murwani (2018) kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta dan masyarakat dapat menghasilkan pengembangan pariwisata yang optimal serta menguntungkan.

Sebagian pengelola obyek wisata di RPH Mangunan melakukan kerjasama dan komunikasi tanpa terikat kontrak dengan agen perjalanan wisata. Adanya kerjasama ini dapat meningkatkan kunjungan pada obyek wisata. Komunikasi dengan agen perjalanan dilakukan oleh beberapa

pengelola obyek wisata salah satunya adalah operator Seribu Batu. Akan tetapi tidak semua operator melakukan komunikasi dengan agen perjalanan, seperti operator Pinus asri.

Kualitas SDM pengelola

Menurut Setiawan (2016) daya dukung sumberdaya manusia yang memiliki keahlian yang sesuai baik segi kualitas maupun kuantitasnya berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan obyek wisata adalah kualitas SDM dari pengelola. Sebelum tahun 2014 Kecamatan Dlingo dikenal sebagai kecamatan miskin di DIY. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat pendidikan masyarakat di Kecamatan Dlingo rendah. Kondisi ini juga terjadi pada anggota operator wisata di RPH Mangunan. Hampir semua anggota operator wisata memiliki pendidikan tingkat SMA kebawah, bahkan ada anggota yang tidak bisa membaca dan menulis. Dari kondisi SDM yang rendah ini kemudian ada SDM yang bisa diajak untuk berubah dan berusaha untuk menjadi maju, akan tetapi ada juga SDM yang sulit untuk diajak berubah. Kondisi yang demikian sangat berpengaruh terhadap perkembangan obyek wisata yang dikelola. SDM yang bisa mengikuti perubahan dan perkembangan ini kemudian dapat membawa obyek wisata yang dikelolanya menjadi lebih cepat berkembang.

Keharmonisan organisasi pengelola

Menurut Hakim (2015), salah satu karakteristik budaya organisasi yang unggul adalah adanya nilai keharmonisan dalam melaksanakan tugas kerja. Keharmonisan organisasi pengelola menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan obyek wisata yang dikelola. Terjadinya permasalahan dalam internal organisasi yang tidak segera diselesaikan akan membuat organisasi pengelola menjadi lemah. Lemahnya organisasi pengelola wisata akan berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata itu sendiri, sehingga perkembangannya cenderung lambat dan bahkan bisa menurun.

Motivasi pengelola

Menurut Sunaryo (2013), pemberdayaan masyarakat juga dapat diartikan sebagai suatu proses untuk memotivasi individu/masyarakat yang sedang tidak berdaya agar memiliki kemampuan/ keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihannya. Dalam hal ini pengembangan wanawisata juga dipengaruhi oleh motivasi masyarakat yang terlibat dalam pengelolaannya.

Perkembangan obyek wisata di RPH Mangunan dipengaruhi oleh motivasi pengelola ketika mengelola dan mengembangkan obyek wisata. Motivasi pengelola dalam mengembangkan obyek wisata dapat berupa motivasi ekonomi, motivasi sosial, dan juga motivasi lingkungan. Pengembangan wisata di RPH Mangunan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat yang tinggal di RPH Mangunan agar terlibat dalam pengelolaan hutan dan dapat meningkatkan kesejahteraannya. Motivasi yang dimiliki pengelola dalam mengembangkan wisata adalah untuk meningkatkan kesejahteraan, sehingga pengelola dapat dikatakan memiliki motivasi ekonomi.

Motivasi ekonomi juga terkait dengan mata pencaharian dari anggota operator wisata. Ketika anggota operator wisata memiliki motivasi ekonomi yang kuat, dikarenakan mengelola wisata merupakan mata pencaharian utama, maka segala upaya akan dilakukan untuk memajukan obyek wisata yang dikelolanya seperti yang terjadi di Pinussari, Puncak Becici, Gunung Pengger, dan Seribu Batu. Motivasi ekonomi yang kuat akan mendorong obyek wisata agar lebih cepat berkembang.

Inovasi yang dilakukan pengelola

Menurut Bahrudin (2017) inovasi yang berhasil adalah adanya bentuk penciptaan dan pemanfaatan proses baru, produk baru, jasa baru dan metode penyampaian yang baru, yang menghasilkan perbaikan yang signifikan dalam hal efisiensi, efektivitas maupun kualitas menjadi bermakna di mata publik. Tren selfie merupakan peluang yang diambil dan dikembangkan oleh pengelola wisata saat awal membuka obyek wisata RPH Mangunan. Namun tren selfie ini

memiliki kecenderungan menurun dan kondisi ini sudah diprediksi oleh pengelola sehingga perlu adanya inovasi. Sebagian pengelola menyadari kecenderungan penurunan sehingga yang semula mengandalkan spot-spot foto kemudian merubah konsep menjadi resort, mengembangkan wisata anak, mengembangkan area outbond dan menambah wahana baru. Layanan-layanan yang diberikan mengikuti keinginan konsumen sejauh tidak melanggar peraturan yang ada mengingat obyek wisata berada pada kawasan hutan lindung. Adanya inovasi yang dilakukan oleh pengelola ini dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi perkembangan obyek wisata.

KESIMPULAN

Perkembangan obyek wisata yang berada di RPH Mangunan jika dianalisis dengan teori TALC Butler (1980) menunjukkan perkembangan yang meningkat. Enam dari sepuluh obyek wisata mencapai tahap yang lebih tinggi, yaitu lima obyek wisata pada tahapan *development* dan satu obyek wisata pada tahap *consolidation*. Sementara empat obyek wisata berada pada tahap yang lebih rendah yaitu satu obyek wisata berada pada tahap *exploration* dan *involvement*, serta dua obyek wisata berada pada tahap *decline*. Pengembangan-pengembangan yang telah dilakukan baik pengembangan daya tarik maupun fasilitas pariwisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan jika dilakukan promosi, sehingga tahapan perkembangan yang tinggi dapat dicapai. Kondisi daya tarik berkurang dan fasilitas pariwisata yang rusak membuat minat wisatawan untuk berkunjung menurun akan menyebabkan tahapan perkembangan juga menurun.

Adanya perbedaan perkembangan yang dicapai oleh setiap obyek wisata di RPH Mangunan oleh 11 faktor yang terdiri dari ketersediaan dan kondisi daya tarik, aksesibilitas, ketersediaan dan kondisi fasilitas wisata, kualitas SDM pengelola, keharmonisan organisasi pengelola, motivasi ekonomi pengelola, inovasi yang dilakukan pengelola, jumlah wisatawan, motivasi wisatawan, promosi, kerjasama dengan pihak

lain. Sepuluh obyek wisata di RPH Mangunan berada pada wilayah yang memiliki bentang alam hampir sama. Pengelolaan obyek wisata tersebut berada dibawah naungan Koperasi Notowono namun dilakukan oleh operator-operator wisata yang berbeda sehingga seolah-olah antara obyek wisata yang satu dengan yang lain berdiri sendiri dan terjadi kompetisi.

SARAN

Kekuatan lembaga operator dan SDM di dalamnya sangat berpengaruh pada terjadinya perbedaan perkembangan obyek wisata di RPH Mangunan. Perlu pembinaan dan pendampingan dari Pengurus Koperasi dan instansi pemerintah untuk menguatkan kelembagaan dan meningkatkan kapasitas SDM pengelola sehingga dapat mempercepat perkembangan obyek wisata yang perkembangannya lambat atau mengalami penurunan, mengingat bahwa salah satu tujuan pengelolaan wanawisata di RPH Mangunan adalah untuk pemberdayaan masyarakat.

Pengembangan wisata RPH Mangunan memiliki tema besar Wanawisata Budaya Mataram dimana ada unsur budaya yang harus diangkat dan ditonjolkan. Namun unsur budaya tersebut belum terlihat “kental” pada setiap obyek wisata yang ada di Wanawisata Budaya Mataram, sehingga wisatawan yang berkunjung kurang dapat memahami budaya apa yang disajikan di RPH Mangunan. Oleh karena pemerintah dan pengelola perlu mengkaji dan mencari strategi agar budaya yang menjadi tema besar pengembangan wanawisata di RPH Mangunan dapat dirasakan dan dipahami oleh pengunjung sehingga meninggalkan kenangan mendalam yang kemudian akan membuat wisatawan ingin kembali berkunjung ke Wanawisata Budaya Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

Angela, M.M., Karini, N.M.O., & Wijaya, N.M.S. (2017). Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 5(2), 76-91.

- Anjarika, D.S. (2019). *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Resort Pemangku Hutan (RPH) Mangunan*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Azzahra, H.H., Astuti, W., & Rini, E.F. (2018). Komponen Keterpaduan Obyek Wisata di Kawasan City Walk Slamet Riyadi Ditinjau dari Sistem Pariwisata. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 13(1), 20-36.
- Bahrudin, A. (2017). Inovasi Daerah Sektor Pariwisata (Studi Kasus Inovasi Pembangunan Pariwisata Kab Purworejo Jawa Tengah). *Mimbar Administrasi*, 1(1), 50-69.
- Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area of Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resource. *Canadian Geographer*, XXIV (1), 5-12.
- Damanik dkk, J., Wijayanti, A., & Nugraha, A. (2018). Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 10(1), 1-13.
- Darmayani, L.F. (2017). *Perkembangan Objek-Objek Wisata Pantai di Gunung Kidul*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning (Basics, Concepts, Cases)*. Washington DC: Taylor & Francis.
- Hakim, L. (2015). Karakteristik Budaya Organisasi Kuat Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Industri di Batik Danar Hadi Surakarta. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 196-205.
- Kurniawati, R. (2020) *Pengelolaan Kolaboratif Wanawisata Budaya Mataram Mangunan di RPH Mangunan KPH Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Lumbanraja, V. (2012). Tourism Area Life Cycle in Lake Toba. *Indonesian Journal Of Geography*, XLIV (2), 150-160.
- Maulidia, H.N. (2018). *Dampak Perubahan Pengelolaan Hutan Lindung Terhadap Penghidupan Penyadap Getah Pinus di RPH Mangunan, BDH Kulonprogo-Bantul, KPH Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Setiawan, R.I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Penataran : Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 23-35.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suranny, L.E. (2021). Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Litbang Sukowati*, 5(1), 49-62.
- Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Institut Teknik Bogor.
- Wulandari, S. & Murwani, S.I. (2018). Pola Kemitraan dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 5(2), 171-190.