

Customer-Centric Strategy **Pengembangan Pariwisata Daerah Di Kabupaten Madiun**

Nunik Hariyani

Ilmu Komunikasi, Universitas Merdeka Madiun

hariyani_nunik@yahoo.com

Abstrak

Sektor pariwisata daerah merupakan sektor potensial yang harus dikembangkan untuk meningkatkan sumber pendapatan daerah. Potensi kepariwisataan Kabupaten Madiun perlu dikembangkan secara optimal. Daya tarik wisata keindahan alam dan cagar budaya yang dimiliki Kabupaten Madiun membutuhkan strategi pengembangan yang spesifik dan terencana. Sehingga, Obyek Wisata Alam, Wisata Buatan, Wisata Religi, Wisata Sejarah dan Wisata Minat Khusus di Kabupaten Madiun mampu meningkatkan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Kajian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali data, menganalisis akar permasalahan, serta merumuskan bagaimana strategi pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Madiun. Formulasi strategi kepariwisataan dapat dilakukan dengan tiga langkah yaitu sustainable tourism, konsep-benchmarking, dan Madiun incorporated (harmony and synergy). Sedangkan implementasi strategi meliputi dua hal. Pertama, program prioritas Kabupaten Madiun yang mencakup digital tourism, homestay dan air accessibility. Kedua, dimensi pembangunan kepariwisataan daerah mencakup program pembangunan kawasan strategis pariwisata, tantangan langkah ke depan serta direktif-tips pembangunan pariwisata daerah. Strategi pengembangan destinasi wisata meliputi tiga tujuan yaitu customer satisfaction, customer retention/loyalty dan customer advocacy.

Kata kunci : pariwisata; strategi; pemasaran.

PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai *core economy* Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) adalah penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB), devisa dan lapangan kerja. Berdasarkan data *World Travel and Tourism Council* (WTTC) dan World Bank (2016) pariwisata menyumbang 10% PDB nasional, tertinggi di ASEAN. Peringkat ke-4 penyumbang devisa nasional sebesar 9,3% dan Penyumbang 9,8 juta lapangan pekerjaan (8,4%). Namun pariwisata sebagai salah satu unggulan/*leading* pembangunan nasional masih menghadapi berbagai permasalahan. Mulai dari pembangunan daya tarik wisata atau atraksi, prasarana, penyediaan fasilitas umum, pembangunan fasilitas pariwisata, dan pemberdayaan masyarakat. Destinasi sebagai ujung tombak pariwisata harus difokuskan lagi pada sejumlah wilayah 50 Destinasi Pariwisata Nasional, 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), dan 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional

(KPPN). Daya tarik wisata alam, budaya dan buatan perlu ditingkatkan pengembangannya atraksinya sebagai penarik wisatawan. Peningkatan aksesibilitas berupa prasarana transportasi, sarana transportasi dan sistem transportasi harus diutamakan untuk mempermudah pergerakan wisatawan menuju destinasi. Pengembangan amenities destinasi pariwisata harus lebih fokus ditujukan untuk pembangunan prasarana umum, penyediaan fasilitas umum, dan pembangunan fasilitas pariwisata. Pengembangan masyarakat juga perlu diperhitungkan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya masyarakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat sebagai pelaku budaya.

Karena kepariwisataan sendiri menurut UU No.9 Bab I Pasal 1 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan dan pengawasan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat. Pengembangan kepariwisataan tidak lepas dari unsur fisik dan non fisik yang berpengaruh kepada perkembangan wilayah sebagai *leading industries*. Konsep *leading industries* didasarkan pada pemikiran bahwa pada pusat pertumbuhan terdapat suatu kegiatan dan kegiatan tersebut merupakan daya tarik berupa obyek wisata yang menarik dan padat pengunjung yang terletak pada lokasi strategis (Sujali, 1989).

Kabupaten Madiun merupakan salah satu Kabupaten dari 38 Kabupaten/Kota di Jawa Timur yang memiliki jarak ± 175 Km dari ibukota Propinsi Jawa Timur. Mejayan (Caruban) menjadi ibukota pemerintahan resmi Kabupaten Madiun menggantikan Kota Madiun berdasarkan PP No. 52 tahun 2010 tentang pemindahan ibu kota Kabupaten Madiun dari wilayah Kota Madiun ke wilayah Kecamatan Mejayan, Caruban. Luas Wilayah Kabupaten Madiun 1.010,86 Km^2 . Secara Astronomis Kabupaten Madiun terletak pada posisi $7^{\circ}12''$ - $7^{\circ}48''$ Lintang Selatan dan $111^{\circ}25''$ - $111^{\circ}51''$ Bujur Timur (<https://madiunkab.bps.go.id>). Batas wilayah Kabupaten Madiun Sebelah Utara adalah Kabupaten Bojonegoro, Sebelah Barat adalah Kabupaten Magetan dan Kabupaten Ngawi, Sebelah Selatan adalah Kabupaten Ponorogo dan Sebelah Timur adalah Kabupaten Nganjuk. Secara Administratif pemerintahan terbagi 15 Kecamatan (8 Kelurahan, 198 Desa) yaitu Kecamatan Kebonsari, Kecamatan Geger, Kecamatan Dolopo, Kecamatan Dagangan, Kecamatan Wungu, Kecamatan Kare, Kecamatan Gemarang, Kecamatan Saradan, Kecamatan Pilangkenceng, Kecamatan Mejayan, Kecamatan Wonoasri, Kecamatan Balerejo, Kecamatan Madiun, Kecamatan Sawahan, dan Kecamatan Jiwan. Kecamatan Kare sebagai kecamatan terluas (190,85 Km^2) sedangkan kecamatan Sawahan adalah wilayah terkecil (22,15 Km^2).

Berdasarkan data Bappeda (2011), jenis tanah di Kabupaten Madiun didominasi jenis *aluvial* dengan prosentase sebesar 36% dari seluruh luas wilayah Kabupaten Madiun, dengan penyebaran seluruh kecamatan kecuali Kecamatan Kare dan Gemarang. Disusul kemudian jenis tanah *mediteran* dengan prosentase sebesar 26% dengan penyebaran seluruh kecamatan kecuali Kecamatan Pilangkenceng, Kecamatan Jiwan dan Kecamatan Sawahan. Jenis tanah *grumosol*

dengan prosentase sebesar 12% dengan penyebaran hanya beberapa Kecamatan diantaranya Kecamatan Saradan, Kecamatan Pilangkenceng, Kecamatan Mejayan, Kecamatan Wonoasri, Kecamatan Madiun dan Kecamatan Sawahan. Sedangkan jenis tanah *latosol* dengan prosentase 13% penyebarannya meliputi Kecamatan Dolopo, Kecamatan Wungu, Kecamatan Kare, Kecamatan Gemarang, Kecamatan Mejayan, Kecamatan Wonoasri dan Kecamatan Madiun. Untuk jenis tanah *litosol* dengan prosentase 4% penyebarannya meliputi Kecamatan Dagangan, Kecamatan Kare dan Kecamatan Saradan. Untuk tekstur tanah Kabupaten Madiun didominasi oleh tekstur sedang (debu) dengan prosentase 50,21% dan tekstur halus (liat) dengan prosentase 49,79%.

Keadaan hidrologi di Kabupaten Madiun terdapat 41 (empat puluh satu) sungai/kali yaitu Kali Jerohan, Kali Madiun, Kali Asin, Kali Berangkal, Kali Catur, Kali Gunting, Kali Glonggong, Kali Kelepek, Kali Sareng, Kali Batil, Sungai Gondang, Sungai Semawur, Kali Sono, Kali Piring, Kali Bribis, Kali Blodro, Kali Kentar, Kali Kembang, Kali Abu, Kali Gondang, Kali Mundu, Kali Sukoliman, Kali Uluh, Kali Sarangan, Kali Jumok, Kali Padas, Kali Lengkowo, Kedung Brubus, Ngasinan, Notopuro, Gede, Tangkil, Gruwok, Nampu, Sukorejo, Kali Palem, Sumber Agung, Kali Gendo, Kali Ulomati, Kali Lemah Bang, dan Saradan/Blangambi (Bappeda, 2011). Pola aliran sungai-sungai tersebut memiliki pola *radikal*, dengan sebagian besar merupakan sungai musiman yaitu sungai yang meresapkan air hujan ke dalam tanah atau disebut juga sungai *influent*. Kondisi Klimatologi di Kabuapten Madiun berdasarkan Schmidt dan Ferguson termasuk iklim dengan Tipe C yaitu iklim sedang tidak kering tidak basah karena pengaruh iklim laut dan iklim pegunungan dengan temperature berkisar antara 20° - 35° C.

Penggunaan lahan di Kabupaten Madiun meliputi kawasan hutan, sawah, ladang/kebun campur, perkebunan, semak belukar, rumah bangunan (pemukiman), industri dan peternakan. Hutan lindung tersebar di Kecamatan, Hutan rakyat tersebar di Kecamatan Geger, Wungu, Kare, Pilangkenceng dan Mejayan dengan luas mencapai ± 672 ha. Hutan produksi $\pm 32.261,1$ ha tersebar di Kecamatan Dolopo, Dagangan, Wungu, Kare, Gemarang, Saradan, Pilangkenceng, Mejayan, Wonoasri dan Madiun. Sawah Irigasi tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Madiun dengan luas mencapai ± 30.419 ha dan Sawah tadah hujan $\pm 2.198,86$ ha tersebar di Kecamatan Dolopo, Dagangan, Wungu, Kare, Gemarang, Saradan, Pilangkenceng, Mejayan, Wonoasri, Balerejo dan Madiun. Ladang/Kebun campur konsentrasi terbesar di Kecamatan Wungu seluas 62 ha, Kecamatan Sawahan 63 ha dan Kecamatan Dagangan 1.201 ha. Secara keseluruhan luas ladang mencapai 1.325,20 ha. Perkebunan mencapai 3.479 ha tersebar di Kecamatan kare 3.304 ha dan Kecamatan Pilangkenceng 175 ha. Semak belukar di areal hutan di Kecamatan Dolopo, Wungu, Pilangkenceng mencapai ± 237 ha. Rumah non permanen banyak terdapat di Kecamatan Saradan, Pilangkenceng, Kare, Gemarang dan Balerejo.

Industri di Kabupaten Madiun meliputi Pabrik Gula Kanigoro di Kecamatan Wungu, Pabrik Gula Pagotan di Kecamatan Dagangan, Industri Kayu Lapis, pupuk organik dan tapioka di Kecamatan Dolopo, pabrik sepatu dan chopstick di Kecamatan Mejayan dan pabrik rokok di Kecamatan Pilangkenceng dan Kecamatan Madiun. Sedangkan potensi peternakan meliputi jenis ternak kecil (ayam buras, ayam petelur, dan ayam ras pedaging) dan ternak besar (sapi/sapi potong/kotoran biogas). Anglomerasi pengembangan ayam berada di Desa Bantengan dan Kelurahan Munggut Kecamatan Wungu.

Kawasan lindung Kabupaten Madiun memiliki 6 kawasan, *pertama* kawasan hutan lindung seluas 5.314 ha di Kecamatan Kare, Gemarang, Dagangan dan Saradan. *Kedua*, kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan dibawahnya seluas 70.887 ha. *Ketiga*, kawasan perlindungan setempat meliputi kawasan sempadan sungai (41 sungai/kali), kawasan sekitar danau/waduk (Sempadan Waduk Widas, Waduk saradan, Notopuro, Dawuhan dan Kedungbrubus) dan kawasan sekitar mata air (Mata Air Dilem di Desa Kare Kecamatan Kare, Mata Air Sambong di Desa Batok Kecamatan Kare, Mata Air Jirak di Desa Tawangrejo Kecamatan Kare, dan Mata Air Gebangarum di Desa Plumpungrejo Kecamatan Wonoasri). *Keempat*, Kawasan suaka alam, pelestarian alam dan cagar alam, meliputi lingkungan non bangunan (Monumen Kresak/Madiun Affair 48 dan peninggalan sejarah Nglambangan); lingkungan bangunan gedung (Makam Kuncen, Situs Sewulan, Makam mbah Moch Bin Oemar dan Masjid Al Muttaqin, makam putih kutho miring-Dusun Gentong Putat Geger, makam Ki Ageng Rendeng-Kincangwetan Jiwan dan kompleks madiun lama-Ngrawan Dolopo); dan lingkungan bangunan dan halaman merupakan cagar budaya Jawa Timur (Pabrik Gula Pagotan dan Kanigoro). *Kelima*, kawasan rawan bencana alam dan *keenam*, kawasan lindung geologi.

Kawasan budidaya di Kabupaten Madiun digunakan untuk 10 kawasan peruntukan yaitu kawasan peruntukan hutan produksi, kawasan peruntukan hutan rakyat, kawasan peruntukan pertanian (pertanian sawah, tegal/kebun/ladang, hortikultura), kawasan peruntukan perkebunan, kawasan peruntukan perikanan, kawasan peruntukan pertambangan, kawasan peruntukan industri, kawasan peruntukan pariwisata, kawasan peruntukan pemukiman dan kawasan peruntukan lainnya. Sedangkan, berdasarkan Peraturan Pemerintah Daerah (Perda) Kabupaten Madiun Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Madiun Tahun 2009-2029, tanggal 18 Juli 2011, Lembaran Daerah Kabupaten Madiun tahun 2011 Nomor 4 Seri E, bahwa kebijakan kawasan peruntukan pariwisata sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 28 huruf h, yaitu pengembangan kawasan pariwisata yang ramah lingkungan. (Pasal 36 (1)).

Kabupaten Madiun memiliki lima potensi wisata yang bernuansa/berlatar belakang keindahan alam. *Pertama*, Wisata Alam antara lain Air Terjun Slampir, Wana Wisata Grape, Air Terjun Kedung Malem Seweru, Air Terjun Denu, Air Terjun Seloaji, Air Terjun Kedung Jaran, Air

Terjun Coban Kromo dan Air Terjun Banyu Lawe. *Kedua*, Wisata Buatan meliputi Waduk Bening Widas, Waduk Saradan, Waduk Dawuhan, Waduk Kedungbrubus, Waduk Notopuro dan Madiun Umbul Square. *Ketiga*, Wisata Religi yaitu Makam KH. Basyariah, Makam/Punden Lambang Kuning, Makam Kuncen (Kyai Anom Besari Keturunan Raden Wijaya), Makam Syech Maulana Abdullah, Masjid Agung dan Makam Desa Sewulan. *Keempat*, Wisata Sejarah antara lain Candi Wonorejo, Prasasti Mruwak, Prasasti Sejarah Kebonsari, Prasasti Bribik, Situs Nglambangan dan Monumen Kresek. *Kelima*, Wisata Minat Khusus meliputi Industri Brem, Wisata Berburu di Agrowisata PT. Perkebunan Kopi Kondangan.

Selain lima potensi pariwisata tersebut, berdasarkan Keputusan Bupati Madiun Nomor:1888.45/396A/KPTS/402.031/2016 tentang Destinasi Wisata Kabupaten Madiun juga terdapat Desa Wisata, Desa Sejarah dan Wisata Budaya. Desa Wisata antara lain Desa Wisata Kresek, Desa Wisata Segulung, Desa Wisata Sejarah Dolopo, Desa Wisata Durenan, Desa Wisata Kare, Desa Wisata Batok, Desa Wisata Tawangrejo, Desa Wisata Gunungsari, Desa Wisata Brumbun, Desa Wisata Pilangrejo, dan Desa Wisata Mruwak. Sedangkan Desa Sejarah antara lain Candi Wonorejo, Prasasti Mruwak, Prasasti Klegen Serut, Prasasti Bibrak, dan Situs Ngurawan. Wisata Budaya Kabupaten Madiun meliputi Sanggar Kesenian Dongkrek, depot seni KIRUN, Kirab Hari Jadi Kabupaten Madiun, Padepokan Ilmu Sejati, Padepokan IKS.PI KERA SAKTI, Kurasan sumber belerang di Umbul, Larung sesaji di waduk Bening Widas, Sepasar di Madiun (SEPASMA) dan Padepokan Pencak Silat Pandan Alas. Sehingga ikon pesilat menjadi logo wisata daerah Kabuapten Madiun sejak tahun 2016.



Gambar 1. Logo Madiun Harmoni Logo Wisata Kabupaten Madiun

Desa wisata lain yang mulai dikembangkan adalah Bumi Perkemahan Watu Rumpuk dan Air Terjun Jambu, terletak di Desa Mendak, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun, berada di puncak pegunungan Wilis. Berjarak 15 Km 45 Menit dari Kecamatan Dagangan Madiun. Watu tumpuk dan Air Terjun Jambu ini merupakan destinasi Pariwisata yang ditawarkan oleh Desa Mendak sebagai pengembangan Desa Wisata, yang menawarkan wisata alam alami.

Berdasarkan uraian potensi wisata Kabupaten Madiun di atas menunjukkan Kabupaten Madiun memiliki daya tarik yang akan mampu mendorong wisatawan untuk datang berkunjung. Murray (1993) di dalam Gunn menyebutkan bahwa *a thing or feature which draws people by appealing to their desires, taste, etc. Especially an interesting or amusing exhibition which 'draws' crowds.* (Gunn, 2002;50). Gunn juga berpendapat bahwa *attraction are the on-location places in region that not only provide the things for tourist to see and do but also offer the lure to travel.* Kabupaten Madiun juga layak menjadi destinasi wisata sesuai dengan pendapat Cooper dalam Suwena (2010), bahwa destinasi wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah “4A” yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*access*), dan pelayanan tambahan (*ancillary services*). Tulisan ini akan mengkaji sekaligus menawarkan strategi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Madiun.

METODE

Kajian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali data, menganalisis akar permasalahan, serta merumuskan bagaimana strategi pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Madiun. Metode kualitatif digunakan karena mampu memperoleh gambaran deskriptif yang lebih luas terhadap fenomena yang diamati (Moleong, 1995). Metode kualitatif juga dipandang mampu menggali pemaknaan yang lebih mendalam terhadap fenomena-fenomena (Creswell, 1994). Teknik pengumpulan data kajian ini menggunakan studi pustaka. Studi pustaka diterapkan dengan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan dikaji (Sarwono, 2006). Teknik pengumpulan datanya dengan melakukan penelaahan terhadap berbagai buku, literatur, catatan serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 1988).

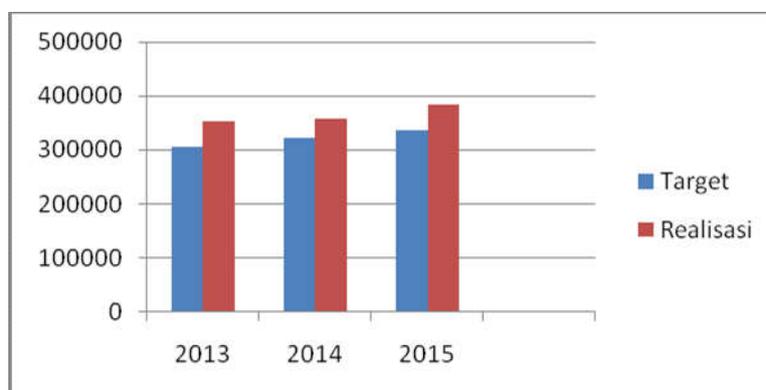
HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Madiun merupakan daya tarik besar untuk menarik pengunjung. Potensi wisata daerah adalah sebuah konsep yang ramai di dikusikan. Namun, potensi wisata sebagai sesuatu yang dimiliki daerah untuk tujuan wisata kerap terabaikan. Namun, potensi wisata alam, wisata kebudayaan dan wisata buatan (Inskeep, 1991) di Kabupaten Madiun akan terus dikembangkan, dikelola dan dimanfaatkan untuk pembangunan.



Gambar 2. Potensi Wisata Grape, Monumen Kresek dan Wisata Widias di Kabupaten Madiun

Meskipun, berdasarkan data realisasi pendapatan daerah tahun 2016 oleh Dinas Pendapatan dalam laporan Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Madiun, secara keseluruhan dari jenis pungutan pada tiga obyek tempat rekreasi dan olah raga belum mencapai target. Obyek tersebut antara lain retribusi tempat rekreasi dan olah raga dengan tingkat capaian 57,5%, Obyek wisata grape 24,35%, obyek wisata kresek 72% dan obyek wisata widas 60,22% (Dinas Pendapatan, 2016). Target dan realisasi sektor pariwisata untuk meningkatkan potensi kepariwisataan, kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) juga belum tercapai dengan target 0,04 (Bappeda, 2016). Berbeda halnya pada jumlah kunjungan wisatawan yang ditargetkan 337.514 orang terealisasi 383.299 orang (RPJMD, 2016). Kecenderungan jumlah kunjungan wisata yang selalu meningkat tiap tahun seperti terlihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3. Target Kunjungan Wisata 2013-2015

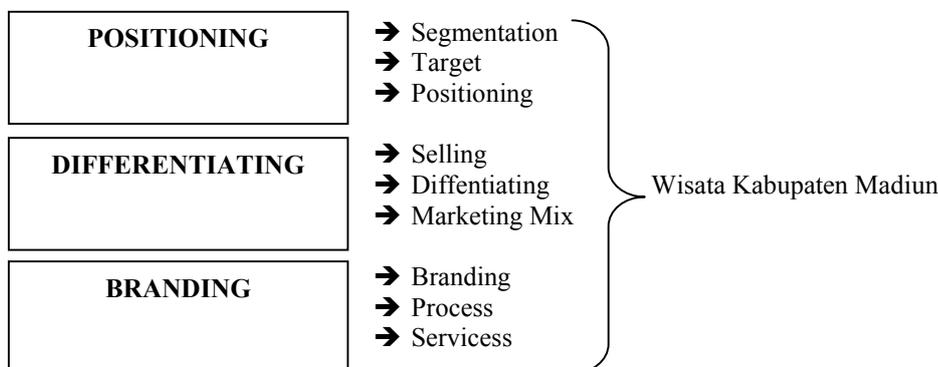
Menurut teori Butler (1980) mengenai *Tourism Area Life Cycle of Evolution*, ada siklus destinasi yang ada disuatu tempat. Tahun 2013 yang ditargetkan kunjungan wisata 306.136 orang, terealisasi 352.908 orang. Tahun 2014 yang ditargetkan 321.442 orang, terealisasi 357.912 orang. Tahun 2015 yang ditargetkan 337.514 orang, terealisasi 383.299 orang (Bappeda,2016). Besarnya jumlah kunjungan menunjukkan adanya upaya mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata di Kabupaten Madiun dan terlihat upaya mengintegrasikan segala

bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan target dan realisasi data di atas nampak masih banyak masalah di sektor pariwisata. Masalah mendasar yang menjadi kendala sektor pariwisata di Kabupaten Madiun hampir mencakup tujuh hal yaitu aksesibilitas, daya tarik wisata, minimnya fasilitas pendukung, sarana akomodasi dan rumah makan, prasarana dan sarana transportasi menuju obyek wisata, kurangnya promosi dan belum ada jaringan terhadap pelaku pasar pariwisata, kesadaran dan kesiapan masyarakat.

Sehingga formulasi strategi sektor pariwisata Kabupaten Madiun dibutuhkan untuk pengembangan wisata yang terintegrasi dan berkelanjutan. Hal ini sesuai pendapat Maria Giaoutzi bahwa *tourism a key factor in regional development policy* (2006). Merujuk pada pemikiran Swarbrooke (1996) jenis pengembangan sektor wisata di Kabupaten Madiun dapat dilakukan melalui lima pendekatan. *Pertama*, pendekatan keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi di tempat-tempat wisata Kabupaten Madiun. *Kedua*, pendekatan tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi di tempat-tempat wisata Kabupaten Madiun. *Ketiga*, pendekatan, pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pangsa pasar yang baru di Kabupaten Madiun. *Keempat*, pendekatan pengembangan baru pada keberadaan atraksi di tempat-tempat wisata Kabupaten Madiun, yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung. *Kelima*, pendekatan penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur di tempat-tempat wisata Kabupaten Madiun.

Merujuk pendapat Yoeti (2005) pemasaran dalam kepariwisataan merupakan suatu hal yang kompleks karena produk dari pariwisata memiliki ciri-ciri khas dibandingkan produk berupa barang dan lagi pula produk pariwisata sering berkaitan dengan beberapa perusahaan, instansi dan lembaga masyarakat. Sedangkan pendapat Pitana (2010:165) pemasaran pariwisata melibatkan beberapa karakteristik khusus. Sehingga perlu dipahami bahwa pemasaran merupakan filosofi berdasar pada sebuah nilai di Kabupaten Madiun, bahwa proses pengambilan keputusan oleh organisasi penyedia produk dan layanan harus berdasarkan kebutuhan konsumen, aset perusahaan dan sumber daya yang dimiliki. Selain itu, pemasaran yang sukses tentang tempat-tempat wisata di Kabupaten Madiun memerlukan struktur organisasi khusus yang mencerminkan orientasinya kepada konsumen. Pada akhirnya, pemasaran tempat-tempat wisata di Kabupaten Madiun memerlukan metode berpikir dan perencanaan inovatif sehingga ide-ide baru dapat diadopsi untuk meningkatkan metode pemasaran yang sudah ada.

Framework pemasaran dibutuhkan, model marketing framework dapat dirancang sebagai berikut :



Gambar 4. *Market Framework* Pariwisata

Disamping pemasaran pariwisata yang melibatkan karakteristik khusus, juga perlu dipertimbangkan empat aspek yaitu aspek daya tarik pariwisata, aspek aksesibilitas, aspek aktivitas dan fasilitas, dan aspek sosial ekonomi dan budaya. Pada aspek daya tarik pariwisata, dapat ditinjau dari tiga kategori. Pertama, kategori *natural attraction* didasarkan pada bentukan lingkungan alami di Kabupaten Madiun. *Natural attraction* diantaranya iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya di Kabupaten Madiun. Kedua, kategori *cultural attraction* didasarkan pada aktivitas manusia di Kabupaten Madiun. *cultural attraction* mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional. Ketiga, kategori *special types of attraction*, atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti *theme park*, *circus*, *shopping* yang dimiliki Kabupaten Madiun.

Sedangkan pada aspek aksesibilitas merujuk pada pendapat Bovy dan Lawson (1998;107) bahwa *should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)*. Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi wisata di Kabupaten Madiun merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Menurut Bovy dan Lawson (1998;202) aspek fisik menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat. Jaringan jalan (fisik) berperan penting dalam kegiatan pariwisata di Kabupaten Madiun, yaitu sebagai alat akses, transport, komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas. Sekaligus sebagai cara melihat-lihat (*sightseeing*) selama perjalanan, untuk menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan selanjutnya. Sedangkan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, yang perlu diperhitungkan adalah keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi. Mengadopsi pendapat Bovy dan Lawson (1998;203) bahwa jalan untuk kepentingan wisatawan dapat ditinjau dari tiga kategori. *Pertama*, bagaimana

aksesibilitas jalan utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama di luar kawasan di Kabupaten Madiun. *Kedua*, bagaimana jalan pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal (makadam) ataupun *gravel* yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti resort, hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya di Kabupaten Madiun. *Ketiga*, bagaimana sirkuit pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik disepanjang jalannya di Kabupaten Madiun.

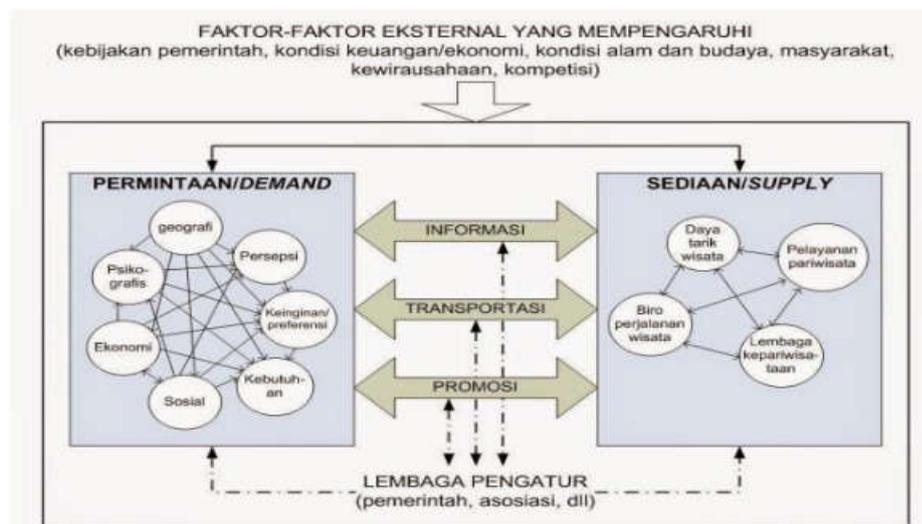
Pada pemasaran pariwisata aspek aktivitas dan fasilitas, perlu dikembangkan pada objek wisata. Hal ini berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Menurut Bukart dan Medlik (1974;133), meskipun fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya, fungsi fasilitas harus bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Di samping itu, fasilitas akan menjadi daya tarik wisata apabila penyajiannya disertai dengan keramah tamahan yang menyenangkan kepada wisatawan, dimana keramah tamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Bovy dan Lawson (1979;9) menyebutkan bahwa fasilitas adalah atraksi buatan manusia yang berbeda dari daya tarik wisata yang lebih cenderung berupa sumber daya.

Pada pemasaran pariwisata aspek sosial ekonomi dan budaya, yang perlu dipertimbangkan adalah analisa sosial ekonomi meliputi mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkatan kerja, latar belakang pendidikan masyarakat sekitar, dan penyebaran penduduk dalam suatu wilayah di Kabupaten Madiun. Hal ini harus dipertimbangkan karena dapat menjadi suatu tolak ukur mengenai apakah posisi pariwisata menjadi sektor unggulan di Kabupaten Madiun ataukah suatu sektor yang kurang menguntungkan/kurang selaras dengan kondisi perekonomian yang ada. Selanjutnya pada aspek sosial budaya, aspek kebudayaan perlu diangkat sebagai suatu topik pada suatu kawasan. Dennis L. Foster menjelaskan mengenai pengaruh kebudayaan (*cultural influences*) bahwa, para pelaku perjalanan tidak membuat keputusan hanya berdasarkan pada informasi pemrosesan dan pengevaluasian. Mereka juga dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, masyarakat, dan gaya hidupnya. Oleh karena itu perlu ditampilkan Kebudayaan daerah Kabupaten Madiun seperti pakaian tradisional dan kepercayaan pada suatu masyarakat, religi, atau kelompok etnik (*ethnic group*) yang dimiliki.

Berdasarkan laporan Balitbang tahun 2016 sudah diusulkan 4 kebijakan, strategi dan Program pembangunan Kawasan Wisata Kabupaten Madiun. *Pertama*, menguatkan regulasi dan kelembagaan yang memiliki otoritas untuk mengelola kawasan wisata Kabupaten Madiun dalam mensinergikan bidang perdagangan dan pariwisata. *Kedua*, meningkatkan penanaman modal yang

berwawasan lingkungan dan pemberian nilai tambah bagi daya tarik wisata yang telah ada dan pembangunan daya tarik wisata baru. *Ketiga*, mengembangkan dan optimalisasi daya tarik wisata yang mampu meningkatkan investasi dan perdagangan (*activity and income generator*) yang bersifat korelatif antara aktivitas wisata dengan aktivitas perekonomian yang mampu berdaya saing dan bernilai jual. *Keempat*, mengembankan kawasan wisata yang berwawasan lingkungan (*green environment*) meliputi alam, budaya, sosial serta mendorong pengembangan ekonomi masyarakat lokal.

Namun, usulan tersebut membutuhkan model untuk mengaplikasikan perencanaannya. Reid (2003) mengemukakan bahwa model perencanaan pengembangan masyarakat pariwisata menawarkan kerangka perencanaan pariwisata makro dan penting untuk memberi penekanan mengenai penilaian masyarakat dan tahap pengembangan organisasi. Secara kelembagaan, komunitas yang paling diharapkan berperan dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas adalah kelompok sadar wisata. Berdasarkan Peraturan Menbudpar Nomor PM.04/UM.001/MKP/2008 tentang sadar wisata, kelompok sadar wisata tidak hanya sekedar mengenai kesadaran masyarakat sebagai pendukung pariwisata, namun lebih jauh lagi diharapkan masyarakat ikut berpartisipasi sehingga dapat terwujud nilai manfaat ekonomi yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat. Hal ini sependapat dengan Erick T. Byrd bahwa *sustainable tourism development to be successful stakeholders must be involved in the process* (2007). Untuk itu harus diawali dengan memahami model sistem kepariwisataan di bawah ini :



Sumber : Balitbang, 2016

Gambar 5. Model Sistem Kepariwisataan

Berdasarkan model sistem kepariwisataan tampak bahwa implementasi program pariwisata di Kabupaten Madiun telah dilaksanakan dengan menciptakan pengembangan pariwisata yang secara konseptual memiliki ciri-ciri unik serta sejumlah karakter. Apabila dikaitkan dengan

pendapat Suansri (2003) dalam gagasannya bahwa ada delapan poin dalam pariwisata berbasis komunitas. Sedangkan, Yaman & Mohd (2004:584-587) merumuskan beberapa kunci implementasi pembangunan pariwisata dengan pendekatan pariwisata berbasis komunitas. Merujuk pada rumusan Yaman & Mohd dapat dirumuskan enam aspek yang harus menjadi pertimbangan. *Pertama*, dukungan pemerintah, pariwisata berbasis komunitas di Kabupaten Madiun membutuhkan dukungan struktur yang multi institusional agar sukses dan berkelanjutan. Selain itu, pendekatan pariwisata berbasis komunitas harus berorientasi pada manusia yang mendukung pembagian keuntungan dan manfaat yang adil serta mendukung pengentasan kemiskinan, dengan mendorong pemerintah dan masyarakat untuk tetap menjaga Sumber Daya Alam (SDA) dan budaya di Kabupaten Madiun. Pemerintah harus berfungsi sebagai fasilitator, koordinator atau badan penasehat Sumber Daya Manusia (SDM) dan penguatan kelembagaan.

Kedua, Partisipasi dari *stakeholder*, pariwisata berbasis komunitas harus dideskripsikan sebagai variasi aktivitas yang meningkatkan dukungan yang lebih luas terhadap pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat di Kabupaten Madiun. Pariwisata harus mampu berperan dalam pembangunan internal dan mendorong pembangunan aktivitas ekonomi yang lain seperti industri, jasa dan sebagainya. *Ketiga*, pembagian keuntungan yang adil dan jelas. Tidak hanya berkaitan dengan keuntungan langsung yang hanya diterima masyarakat yang memiliki usaha di sektor pariwisata, tetapi juga keuntungan tidak langsung harus dapat dinikmati masyarakat yang tidak memiliki usaha.

Keempat, penggunaan sumber daya lokal yang dimiliki secara berkesinambungan. Salah satu kekuatan ekowisata di Kabupaten Madiun adalah ketergantungan yang besar pada sumber daya alam dan budaya setempat. Dimana aset tersebut dimiliki dan dikelola oleh seluruh anggota masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, termasuk yang tidak memiliki sumber daya keuangan. *Kelima*, penguatan institusi lokal yang terus menerus. Apabila, pada awalnya peluang usaha pariwisata di daerah pedesaan sulit diatur oleh lembaga yang ada. Penting untuk melibatkan komite dengan anggota berasal dari masyarakat. Tujuan utamanya adalah mengatur hubungan antara penduduk, sumber daya dan pengunjung ke tempat wisata tersebut. *Keenam*, keterkaitan antara level regional dan nasional harus senantiasa dijalin. Jangan sampai, komunitas lokal kurang mendapat *link* langsung dengan pasar nasional atau internasional, karena hal ini bisa menjadi penyebab utama mengapa manfaat pariwisata tidak sampai dinikmati di level masyarakat.

Pembangunan pariwisata di Kabupaten Madiun telah mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata. Pemerintah daerah mengembangkan komunitas dalam bentuk kelompok sadar wisata yang dipercaya mampu melakukan perencanaan dan pengelolaan wisata setempat. Pemerintah telah berusaha mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek kegiatannya, walaupun dalam kenyataannya seringkali diwakili oleh elit dalam komunitas.

SIMPULAN

Formulasi strategi kepariwisataan meliputi tiga dimensi yaitu *Sustainable Tourism*, Konsep dan *Benchmarking*, serta Madiun *Incorporated : Harmony and Synergy*. Sedangkan implementasi strategi meliputi dua hal, pertama program prioritas Kabupaten Madiun yang mencakup *digital tourism*, *homestay* dan *air accessibility*. Kedua, dimensi pembangunan kepariwisataan daerah mencakup program pembangunan KSPN dan KPPN, tantangan dan langkah ke depan dan direktif-tips pembangunan pariwisata daerah. Strategi pengembangan destinasi wisata meliputi tiga tujuan, antara lain *customer satisfaction* yaitu wisatawan puas dengan destinasi wisata yang ditawarkan, *customer retention/loyalty* yaitu wisatawan berkunjung kembali-loyal dengan destinasi wisatanya, dan *customer advocacy* yaitu wisatawan merekomendasikan destinasi wisata kepada wisatawan lain. Empat aspek kawasan wisata yang wajib dipertahankan yaitu mempertahankan kelestarian lingkungan daerah wisata di Kabupaten Madiun, meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kawasan wisata, menjamin kepuasan pengunjung tempat wisata, dan meningkatkan keterpaduan serta *unity* pembangunan masyarakat disekitar kawasan wisata untuk *zone* pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pemerintah kabupaten Madiun. (2016). *Mapping Sinergitas Program Startegis Daerah Sektor Pariwisata Kabupaten Madiun*. Ponorogo: Lembaga Informasi Penelitian Pelayanan Publik Perlindungan dan Konsultan Konsumen (LIN-PEKO).
- Butler .(1980). Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), pp. 5-16.
- Creswell, John .(1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: SAGE Publications.
- Erick T. Byrd. (2007). *Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development*, *Tourism Review*, Vol. 62 Issue: 2, pp.6-13, Retrieved from <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>.
- Gunn, C. & T, Var. (1994). *Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases*. Routledge, New York.
- Gunn, C. & T, Var. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases, 4th Edition*. Routledge, New York.
- Inskeep. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. :Graha Ilmu
- Maria Giaoutzi. (2006). *Tourism and Regional Development New Pathway*. London : Routledge.
- Moleong, Lexy J. (1995). *Metode Penelitian*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia,.
- Pitana I Gede. & Surya Diarta, I Ketut. (2010). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Reid. Donald G. (2003). *Tourism, Globalization and Development: Responsible Tourism Planning*. Pluto Press, London.
- Suansri, Potjana. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. REST PROJECT, Thailand.
- Sujali. (1989). *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataan*. Yoyakarta : Geografi Universitas Gadjah Mada.
- Swarbrooke .1996. *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : Gramedia.

- Teguh, Frans. (2017). *Strategi Pembangunan Pariwisata: Sinergi Indonesia Incorporated Dalam Mengelola Kompleksitas Pariwisata*. Semarang : Seminar Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Callfor Papers ke-3, Semarang, 26 Juli 2017.
- World Bank. Retrieved September 17, 2018, website: <https://www.worldbank.org>.
- World Touris Organization. Retrieved September 18, 2018, website: <http://www2.unwto.org/>.
- World Travel and Tourism Council (WTTC). Retrieved September 18, 2018, website: <https://www.wttc.org>.
- Yaman, A.R. & Mohd. (2004). *Community Based Ecotourism: New Proposition for Sustainable Development and Environment Conservation in Malaysia*. *Journal of Applied Sciences*, IV(4), pp. 583 -589.
- Yoeti, Oka A. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramit.
- Peraturan Pemerintah Daerah (Perda) Kabupaten Madiun Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Madiun Tahun 2009-2029.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Retrieved September 16, 2018, website: https://madiunkab.bps.go.id/statictable/2018_01/22/724/letak-geografis-kabupaten-madiun-2015.html.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2009). UU nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.