

Tourism Development at Kemiren Tourism Village, Banyuwangi Regency Using Gastronomy & Cultural Approach

Arzendy Berlian Sabrina^{1)*}, Rulli Krisnanda²⁾, Nonny Aji Sunaryo³⁾

¹ Dosen Fakultas Vokasi Universitas Negeri Malang,

² Dosen Program Diploma Kepariwisata Unmer Malang,

³ Dosen Fakultas Vokasi Universitas Negeri Malang,

* arzendysabrina@fv.um.ac.id

Abstraksi

Kemiren Tourism Village is considered as one of the villages that most firmly upholds the Osing tradition that has been passed down by its predecessors or ancestors. In 1996, Regent Purnomo Sidik designated this village as an Osing Traditional Tourism Village (Regent Regulation No. 401 of 1996). Kemiren Tourism Village has always shown changes over time, both increasing and decreasing. Changes in physical form and management systems indicate that this village is in a tourism destination cycle. The purpose of this study was to identify the stages of tourism development in Kemiren Tourism Village, Banyuwangi Regency. In this study, the theoretical basis used is the Destination Life Cycle Theory from Butler (1990). This study uses a qualitative descriptive method. Data collection was carried out through observation, interviews, and literature studies. This study uses interviews with the in-depth interview method or in-depth interviews with a minimum of 10 informants. Interviews will be conducted in depth with stakeholders involved in the development of tourism in Kemiren Tourism Village, as well as involved in the implementation of the Osing Traditional House Cultural Heritage Area revitalization program. The results of the study indicate that the Position of Kemiren Tourism Village reviewed from the Tourism Area Life Cycle (TALC) Theory meets the criteria of being in the involvement phase according to the destination life cycle theory, being at the involvement stage shows that Kemiren Tourism Village is heading towards a more advanced level than before. The impact of tourism development has been felt by the community in Kemiren Tourism Village, their initial livelihood which was only as farmers in the fields, now they have additional income from tourism activities.

Keywords : *tourism villge, kemiren tourism village, tourism destination, tourism area life cycle*

PENDAHULUAN

Pariwisata sudah menjadi kebutuhan yang tidak terhindarkan bagi sebagian besar individu. Kebutuhan hiburan mulai dari mengunjungi destinasi-destinasi pariwisata, menikmati tiap – tiap potensi wisata menjadi tujuan utama di berbagai daerah. Sifat pariwisata yang multi dimensi menyebabkan segala aspek kehidupan sosial budaya dapat dijadikan sebagai daya tarik pariwisata. Atraksi wisata yang ditawarkan sangat beragam, termasuk di dalamnya atraksi budaya yang menjadi identitas kultural dari suatu masyarakat.

Pariwisata dan nilai ekonomis yang ditawarkan, memberikan konsekuensi bagi terciptanya model pariwisata berbasis kebudayaan daerah, hal ini tentu sebagai sebuah paradoks tersendiri, karena pada dasarnya kebudayaan daerah sarat akan nilai-nilai dan kearifan lokal yang terkandung didalamnya. Pertumbuhan pariwisata budaya juga diwarnai dengan diversifikasi *niche market* yang berbeda, seperti wisata heritage, wisata gastronomi, wisata seni, wisata film, dan wisata kreatif (Pitanatri, 2022). Pariwisata budaya berkembang dengan cepat karena adanya trend baru di kalangan wisatawan yaitu kecenderungan untuk mencari sesuatu yang unik dan autentik dari suatu kebudayaan. Terdapat beberapa daerah di Indonesia yang pada dekade terakhir gencar mempromosikan paket pariwisata berbasis

kebudayaan daerah, salah satunya Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa Timur. Banyuwangi dikenal dengan ikon Sunrise of Java karena letaknya yang berada di ujung timur Pulau Jawa.

Banyuwangi masuk 10 kota yang dipromosikan oleh Kementerian Pariwisata (Kemenpar) Indonesia dengan branding “Majestic Banyuwangi” yang berarti kemegahan dan keindahan budaya serta alam Banyuwangi. Dengan branding ini akan memperkuat positioning Banyuwangi dan memudahkan Kemenpar menetapkan sasaran kawasan promosi. Daya tarik yang menonjol di Banyuwangi adalah wisata budaya, dikembangkan melalui Desa Wisata. Desa wisata yang biasanya didasarkan atas potensi dan ciri khas yang dimiliki masing-masing desa, antara lain flora, fauna, rumah adat, pemandangan alam, makanan tradisional, kerajinan tangan, seni tradisional dan sebagainya. Pemerintah Desa Kemiren juga menawarkan experience wisata gastronomi, mengingat banyak sekali upacara adat yang menyajikan makanan khas sebagai bagian dari tradisi tersebut. Wisata gastronomi dewasa ini menjadi sebuah trend fenomena baru yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah produk wisata baru yang menentukan kualitas pengalaman berwisata. Wisata gastronomi sebagai sebuah wisata makanan di mana kegiatan wisata tersebut memberikan pengalaman yang bersifat gastronomic yang berasal dari region tersebut, dimana kegiatan tersebut bersifat sebagai bentuk rekreasi atau hiburan (Sufa et al., 2020).

Bertolak dari pemikiran tersebut maka posisi desa adat dan komunitasnya sangat penting, tidak hanya sebagai upaya menjadikan magnet bagi kedatangan wisatawan juga untuk pelestarian budaya setempat, yang menjadi penyusun kebudayaan nasional. Banyuwangi memiliki desa wisata yang masih menampakkan tata kehidupan sosio-kultural yang masih kental dengan kekuatan tradisional yaitu Desa Kemiren. Desa Kemiren terletak di Kecamatan Glagah ini dianggap sebagai salah satu desa yang paling teguh menjalankan tradisi Osing yang telah diturunkan oleh leluhurnya. Pada tahun 1996, Bupati Purnomo Sidik menetapkan desa ini sebagai Desa Wisata Adat Osing (Perbup No.401 tahun 1996).

Masyarakat Osing Desa Kemiren masih memegang teguh dan menjalankan tradisi nenek moyangnya yang disebut dengan weluri. Weluri memiliki arti sebuah petuah, wejangan dan nasehat dari orang tua terdahulu yang harus dilakukan, tidak boleh ditinggalkan (Supandi, 2019). Esoterisme religio magis Osing melingkupi seluruh aktivitas masyarakat Desa Kemiren (Suprijono, 2013). Masyarakat Osing masih beranggapan bahwa kebudayaan dan tradisi yang dilaksanakan bertujuan sebagai bentuk syukur atas nikmat yang dilimpahkan kepada masyarakat Desa Kemiren dan melestarikan budaya merupakan warisan dari nenek moyang yang tetap harus dilaksanakan, mereka juga mempercayai apabila tradisi tersebut tidak dijalankan maka musibah akan menimpa semua masyarakat Desa Kemiren, musibah tersebut berupa penyakit gagal panen, dan perubahan cuaca yang ekstrim.

Pada era kepemimpinan Bupati Abdullah Azwar Anas, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berupaya mengembalikan pamor Kemiren sebagai desa wisata unggul berbasis kearifan lokal, selain beberapa desa lain yang dianggap memiliki keunggulan. Pada awal perkembangannya, kekayaan kebudayaan menjadi daya Tarik utama. Adanya tuntutan pemenuhan kebutuhan wisatawan memunculkan daya tarik wisata baru seperti homestay, paket wisata hingga festival berskala nasional. Penetapan Desa Kemiren sebagai Desa Wisata Adat Osing memberikan peluang bagi terjadinya pelestarian budaya lokal, hal tersebut

dikarenakan pariwisata hadir sebagai atribut baru untuk menopang sendi-sendi kehidupan bermasyarakat. Tidak ada pariwisata tanpa budaya, artinya apabila suatu daerah mempromosikan pariwisata pada dasarnya yang dipromosikan adalah budaya di sebuah destinasi tersebut, seperti halnya Pitana dan Gayatri (2005) menyebutkan bahwa kebudayaan merupakan sumber daya yang menjadi modal bagi pariwisata itu sendiri. Desa Kemiren berada pada kuadran I sehingga dalam pengembangan pariwisatanya memiliki kekuatan dan peluang yang besar dalam pengembangan pariwisata desa (Indiarti, 2015). Saat ini *traveler* tidak lagi hanya berfokus untuk mengunjungi tempat- tempat atraksi wisata suatu destinasi. Kegiatan wisata lebih mengedepankan sebuah pengalaman yang memberikan kesan terhadap *traveler* tersebut (Putra, 2021). Pemerintah Desa Wisata Kemiren sebagai stakeholder kunci berupaya membuat perencanaan pengembangan melalui diversifikasi produk agar atraksi yang ada semakin variative. Dengan adanya variasi produk wisata diharapkan dapat menarik minat wisatawan, baik wisatawan baru (*first time visitors*) maupun wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Kemiren (*repeaters*).

KAJIAN LITERATUR

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan acuan dari Teori Butler (1980), dikenal dengan nama Tourism Area Life Cycle (TALC). Teori ini menjelaskan mengenai tahapan dari suatu daerah tujuan wisata, yang dilengkapi dengan ciri- ciri dari masing-masing tahapan. Teori ini memiliki 7 tahapan dan memiliki ciri-ciri yang berbeda setiap tahapnya. Dalam penelitian ini, Teori Butler (1980) akan menjadi teori yang menjawab permasalahan penelitian.

Penelitian oleh Suryaningsih (2016) yang bertajuk posisi Desa Serangan berdasarkan analisis Tourism Area Life Cycle bertujuan mengetahui posisi Desa Serangan berdasarkan analisis Tourism Area Life Cycle (TALC), metode pengumpulan data dengan observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian menyebutkan Desa Serangan saat ini telah berkembang melalui pengenalan potensi – potensi baru nya oleh Kelompok Nelayan Karya Segara. Fasilitas sudah memadai dan dikontrol penuh oleh Masyarakat dan saat ini Serangan lebih dikenal dimata wisatawan. Kesamaan dengan penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil observasi sama-sama dianalisis menggunakan Teori Tourism Area Life Cycle (TALC).

Tourism Area Life Cycle (TALC) merupakan alat analisis untuk mengetahui potensi dan kondisi Desa Wisata Kemiren. Analisis *Tourism Area Life Cycle (TALC)* didasarkan pada 7 tahapan dalam pembangunan wisata yaitu *exploration* (penemuan), *involvement* (keterlibatan), *development* (perkembangan), *consolidation* (konsolidasi), *stagnation* (kestabilan), *decline* (penurunan kualitas), dan *rejuvenation* (kelahiran baru). Model TALC telah diakui sebagai alat analisis yang praktis, di mana pengaplikasiannya ditemukan unik di setiap negara (Omar, 2014). Model ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor perubahan yang terjadi pada destinasi wisata tertentu (Mouhamadou, 2018). McKrecher (2005) menyebutkan model Butler dapat membantu memastikan perkembangan pariwisata yang berkelanjutan melalui informasi penting mengenai masalah-masalah yang perlu ditangani. TALC adalah model yang baik dalam menjelaskan kemungkinan adanya penurunan pada destinasi wisata, sehingga serangkaian langkah dapat dirancang untuk

kembali meremajakan daya tarik suatu destinasi bagi pengunjung (Brooker & Burgess, 2008).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dalam membahas tahap perkembangan Desa Wisata Kemiren. Pengumpulan data dengan metode in depth interview atau wawancara mendalam, minimum dengan 10 orang narasumber.

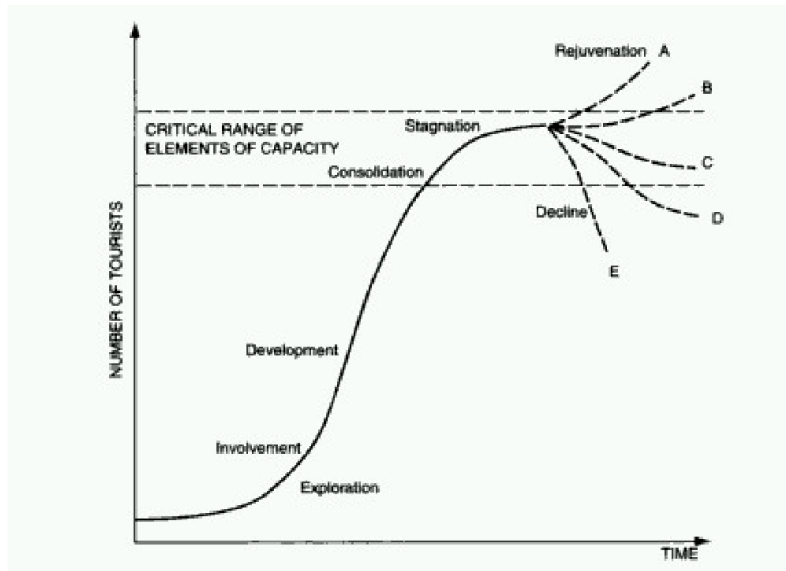
Analisis data berupa pernyataan, makna, deskripsi umum dari pengalaman narasumber. Bentuk penyajian datanya adalah deskripsi dari penjabaran realita yang ditemukan di lapangan secara lebih mendalam dan tidak menggunakan angka untuk menganalisis permasalahan, melainkan data dari hasil wawancara, dokumentasi, dan catatan peneliti. Data yang diperoleh selanjutnya di analisis, kemudian dicocokkan dengan ciri-ciri dari setiap fase dan diidentifikasi ke dalam 4A, maka akan diketahui posisi Desa Wisata Kemiren dalam kaitannya dengan Teori Butler (1980).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Posisi Desa Wisata Kemiren dalam Analisis Tourism Area Life Cycle

Dengan memahami analisis siklus hidup destinasi pariwisata, maka *stakeholders* terkait dapat merumuskan strategi pengelolaan yang tepat sehingga keberlangsungan dari suatu destinasi tersebut terjamin dan mendapatkan keuntungan yang optimal. Perkembangan aktivitas kegiatan wisata di Desa Wisata Kemiren telah terjadi sejak desa ini ditetapkan oleh Bupati Banyuwangi Purnomo Sidik menjadi Desa Wisata pada tahun 1996.

Dilihat dari siklus hidup destinasi pariwisata, posisi Desa Wisata Kemiren berada pada fase *involvement* (keterlibatan). Adapun ciri-ciri dari suatu destinasi berada pada tahap *involvement* adalah jumlah kunjungan wisatawan yang mulai meningkat dan menunjukkan keteraturan, penduduk lokal mulai terlibat dalam aktivitas pariwisata dan menyediakan fasilitas untuk wisatawan yang datang. Perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kemiren saat awal ditetapkan menjadi desa wisata hingga saat ini banyak mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat dilihat dari kunjungan wisatawan yang semakin meningkat, serta banyaknya akomodasi yang mulai dibangun. Dampak pengembangan pariwisata oleh berbagai pihak telah dirasakan oleh masyarakat di Desa Wisata Kemiren, mata pencaharian awal mereka yang hanya sebagai petani di ladang kini mereka memiliki penghasilan tambahan dari adanya kegiatan pariwisata. Dalam hal ini investor dipersulit masuk, agar masyarakat diperdayakan secara maksimal. *“Investor sudah mulai masuk tetapi kita persulit perijinan agar masyarakat merasakan maksimal dengan adanya pariwisata” (Bapak Eko Suwilin, Sekretaris Desa)*. Dengan mengetahui posisi Desa Wisata Kemiren maka para *stakeholders* memiliki suatu pedoman sehingga dapat menentukan sejauh mana keterlibatan yang harus mereka lakukan pada pengembangan Desa Wisata Osing dengan kearifan lokalnya. Kedepannya Desa Wisata Kemiren akan masuk pada tahap lanjutan.



Gambar 1. Teori *Tourism Area Life Cycle*
(Sumber: Butler, 1980)

Berikut akan dijelaskan hasil observasi yang dilakukan di Desa Wisata Kemiren, disesuaikan dengan ciri-ciri dari masing tahapan dan diperjelas dalam tabel 1.1

Tabel 1.1 Hasil Observasi di Desa Wisata Kemiren

Tahap	Ciri-Ciri	Hasil Observasi	
		Sesuai	Tidak Sesuai
Tahap exploration (eksplorasi)	<ul style="list-style-type: none"> a. Suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan baik oleh wisatawan. b. Lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi minat karena belum ramai dikunjungi. c. Wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓
Tahap involvement (keterlibatan).	<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya kontrol dari masyarakat lokal. b. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. c. Suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata yang ditandai oleh mulai adanya promosi. d. Adanya inisiatif dari masyarakat lokal untuk membangun daerahnya. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ 	
Tahap development (pembangunan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Investasi dari luar mulai masuk. b. Daerah semakin terbuka secara fisik c. Fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas standar internasional d. Atraksi buatan sudah mulai dikembangkan untuk menambahkan atraksi yang asli alami. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
Tahap consolidation (konsolidasi)	<ul style="list-style-type: none"> a. Daerah dan dominasi ekonomi ini dipegang oleh jaringan internasional. b. Jumlah kunjungan wisatawan masih naik tetapi pada tingkat yang lebih rendah. c. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓

Tahap stagnation (stagnasi)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kapasitas berbagai faktor sudah terlampaui di atas daya dukung sehingga menimbulekan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. b. Kalangan industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki khususnya dengan mengharapkan <i>repeater guests</i> atau wisata konvensi/bisnis. c. Atraksi buatan sudah mendominasi straksi asli alami (baik budaya maupun alam), d. Citra awal sudah mulai meluntur, dan destinasi sudah tidak lagi populer. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
Tahap decline (penurunan)	<ul style="list-style-type: none"> a. Wisatawan sudah beralih ke destinasi wisata baru atau pesang dan yang tinggal hanya 'sia-sia' b. Banyak fasilitas pariwisata sudah berlatih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan c. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar. d. Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah (<i>a tourism slum</i>) atau sama sekali secara total kehilangan diri sebagai destinasi wisata. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
Tahap rejuvenation (peremajaan).	<ul style="list-style-type: none"> a. Perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak) menuju perbaikan atau peremajaan. b. Adanya inovasi dalam pengembangan produk baru dan menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya belum dimanfaatkan. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓

Sumber : data diolah

B. Perkembangan Desa Wisata Ditinjau dari 4A

Perkembangan daya tarik wisata dapat dilihat dari adanya pasar kuliner minggu. Pada tahun 2017, camat sekaligus Kepala Desa memiliki sebuah inisiatif untuk membentuk sebuah pasar kuliner hari minggu pagi Bernama Pasar Kampoeng Osing yang menjual jajanan khas Desa Kemiren seperti kucur, lupis, apem contong, gulali, ketan kirip, lanun dan juga makanan berat seperti rujak soto, sego cawuk, pepes oleng, pepes endas dan ayam kesrut, pecel pithik. Hal ini cukup menarik wisatawan baik warga asli Banyuwangi maupun wisatawan pendatang baik dari dalam negeri hingga luar negeri. Keunikan dari pasar ini adalah jajanan dan makanannya haruslah makanan dan jajanan tradisional khas suku Osing seperti kue cucur, kue lapis, gulali, sawut, uyah asem sego tempong pecel pitik, rujak soto dan masih banyak lagi. Masyarakat Desa Kemiren yang berjualan harus menggunakan baju kebaya hitam dan rok batik, pakaian tersebut merupakan pakaian khas dari suku osing untuk kaum wanita dinamakan *tapeh*. *Tapeh* terdiri dari dua bagian yaitu bagian atas biasanya memakai kebaya dan batik kuno, sedangkan bagian bawah memakai *jarik* atau *seweg*, sedangkan untuk laki-laki memakai baju dan celana hitam lengkap dengan udeng atau ikat kepala dari batik.

Dilihat dari beragamnya aktivitas wisata baru yaitu adanya kegiatan masyarakat lokal yang dijadikan sebagai daya tarik seperti memasak pecel pitik dengan cara tradisional, menyangrai kopi osing, menari gandrung, belajar membatik khas Suku Osing yaitu batik dengan motif Gajah Oling, menginang dengan daun sirih, Barong Ider Bumi dan tumpeng sewu, bersih desa. Dimana suasana, menu makanan serta cara makan disamakan dengan tradisi bersih desa yang sesungguhnya dengan tujuan wisatawan diajak untuk merasakan sensasinya, selain itu juga terdapat aktivitas *trecking* sawah. Pitana (2019) menyebutkan

bahwa kuliner merupakan salah satu sumber daya budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Pada fase ini jumlah pengunjung akan meningkat dan menyebabkan penduduk lokal mulai menyediakan fasilitas untuk pengunjung. Hal tersebut terbukti adanya *homestay* milik masyarakat lokal sebanyak 55 *homestay*. Tentu hal ini secara tidak langsung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan serta memberikan kesempatan kerja. Selain *homestay*, akomodasi penunjang lainnya adalah adanya *art shop* yang menjual kaos, gantungan kunci, serta produk kopi Osing kemasan. Saat ini juga mulai banyak ditemukan rumah makan milik warga yang menjual berbagai makanan khas Suku Osing. Ciri-ciri pada tahap *involvement* ini juga terlihat pada meningkatnya interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan. Hampir semua aktivitas wisata di Desa Wisata Kemiren melibatkan masyarakat lokal, secara tidak langsung masyarakat lokal dengan pakaian tradisi menjadi objek daya tarik yang unik. Diprediksikan bahwa 5 sampai 10 tahun kedepan dari aspek aksesibilitas jalan menuju Desa Wisata Kemiren sudah dapat diakses secara mudah oleh bus besar dengan kapasitas 45 penumpang serta sepanjang jalan utama rumah penduduk akan dirubah menjadi rumah adat osing agar semakin memunculkan ke khasan dari suku osing.

Aspek *amenities* nantinya akan dibangun *rest area* yang didalamnya terdapat atraksi buatan baru. Rest area tersebut diproyeksikan menjadi miniatur dari Desa Wisata Kemiren, karena akan akan sanggar pertunjukkan, warung makan yang menjual makanan khas osing, dan selain itu juga terdapat fasilitas penunjang wisata lainnya seperti tempat penginapan dengan konsep *glamping (glamorous+camping)*. Fasilitas yang ditawarkan tentunya akan modern, mengikuti perkembangan zaman.

Aspek atraksi, bertambahnya tradisi kebudayaan yang dimasukkan dalam kalender event Kabupaten Banyuwangi karena keunikan dari tradisi tersebut seperti angklung paglak dan festival kuliner osing di Desa Kemiren. Hal tersebut tentu menjadikan posisi Desa Wisata Kemiren semakin strategis dan melangkah ke tahap berikutnya.

Aspek ancillary, pemandu wisata di Desa Wisata Kemiren memiliki licensi yang legal secara nasional dengan tergabung dalam (Himpunan Pramuwisata Indonesia) HPI agar pemandu wisata memiliki pengetahuan yang mumpuni untuk memandu wisatawan. Sebuah Desa Wisata menurut Perbup Pasal 11 tentang organisasi pengelolaan desa wisata dalam bentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) kemudian Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). Pada tahun 2016 BUMDesa didirikan, kemudian disusu Pokdarwis pada tahun 2017. Kemudian LPMD (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa) didirikan pada tahun 2018. Masing-masing organisasi kelembagaan bekerja sesuai tupoksi (tugas pokok dan fungsi) yang sudah tertuang pada SK pembentukan masing-masing organisasi. Organisasi masyarakat yang lebih dulu berdiri adalah Karang Taruna Mekarsari, namun akibat adanya permasalahan internal, organisasi Karang Taruna, pada tahun 2018 sudah tidak berjalan lagi. Posisi Desa Wisata Kemiren ditinjau dari 4A dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 2. Posisi Desa Wisata Kemiren dilihat dari Komponen 4A dengan Teori TALC

No.	TALC	Attraction	Accesibilitas	Amenities	Ancillary
1.	<i>Eksploration</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata Alam 2. Wisata Buatan 3. Wisata Budaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jalan raya beraspal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sanggar Budaya 2. Rumah Adat Osing 3. Sanggar Genjah Arum 4. Sanggar Sapu Jagat 5. <i>Homestay</i> yang kurang layak 6. Taman Rekreasi 7. DWO (Daerah Wisata Osing) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karang Taruna Mekarsari
2.	<i>Involvement</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata Alam 2. Wisata Buatan 3. Wisata Budaya 4. Wisata Edukasi 5. Wisata Kuliner 6. Festival Tahunan 7. Pasar Kampoeng Osing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transport dari hotel/bandara/terminal 2. Layanan transportasi online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rumah makan 2. Warung makan 3. <i>Artshop</i> 4. Sanggar Pertunjukan 5. Pusat Oleh-oleh batik osing dan Kopi Osing Jaran Goyang 6. <i>Homestay</i> layak sebanyak 55 7. Hotel Jaringan Sahid Osing 8. Layanan <i>Laundry</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. BUMDesa Jolo Sutro 2. Pokdarwis Kencana 3. LPMD 4. BPD 5. Tergabung dalam Genpi Jawa Timur 6. Anggota ASIDEWI Jawa Timur
3.	<i>Development</i>	-	-	-	-
4.	<i>Consolidation</i>	-	-	-	-
5.	<i>Stagnation</i>	-	-	-	-
6.	<i>Decline</i>	-	-	-	-

Sumber : data penelitian hasil observasi diolah

KESIMPULAN

Perkembangan pariwisata Desa Wisata Kemiren Kabupaten Banyuwangi berada dalam tahap *involvement* (keterlibatan). Desa Wisata Kemiren mengarah ke tingkatan yang lebih maju dari sebelumnya dimana jumlah kunjungan wisatawan mulai meningkat dan menunjukkan keteraturan, banyak atraksi baru bermunculan mulai dari cagar budaya rumah adat osing, pasar kuliner minggu, dan juga kebiasaan adat istiadat yang dijadikan sebagai festival tahunan yang mendatangkan wisatawan.

Ciri-ciri lainnya adalah meningkatnya interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan, sehingga menyesuaikan pola sosialnya untuk mengakomodasi keberadaan wisatawan dengan turut dalam kegiatan pariwisata seperti menyediakan *homestay*, membuat warung makan, serta terlibat dalam pertunjukan seni tradisional. Kemudian banyaknya dana bantuan sosial yang diperoleh oleh Desa Wisata Kemiren.

REFERENSI

- Brooker, E., & Burgess, J. (2008). Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle. *International journal of contemporary hospitality management*, 20(3), 278-292.
- Butler, Richard.1990. *The Tourism Area Life Cycle: Application and Modifications*. Great Britain: Cromwell Press.
- I. G. Pitana., & I. K. S. Diarta. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- McKercher, B. (2005). Destinations as products? A reflection on butler's life cycle. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 97-102.
- Mouhamadou, B.L.Y. (2018). An application of Butler's (1980) Tourist Area Life Cycle to Saly (Senegal). *International Journal for Innovation Education and Research*. 6 (1).
- Omar, S.I, Othman, A.G., Mohamed, B. (2014). The tourism life cycle: an overview of Langkawi Island, Malaysia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 8 Iss 3 pp. 272 – 289.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. 2005. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit AndiIndiarti, 2015.
- Pitanatri, Putu Diah & Wiarti, Luh. 2022. Approaching the Paradox: Loving and Hating Technology Applications of Indonesia's Cultural Events. 10.1007/978-981-16-8070-0_17.
- Putra, Mandradhitya Kusuma. 2021. Identitas Gastronomi dan Perspektif Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Volume 26 No. 1.
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1): 75-86.
- Sugiyono. 2016. *Metode kualitatif dan kuantitatif*. Cetakan ke-23. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supandi. 2019. Partisipasi dan peran serta Stakeholder khususnya Tokoh Adat dalam Perkembangan Desa Wisata Kemiren. Hasil Wawancara Pribadi: 10 Juni 2019, Desa Wisata Kemiren.

Suprijono, A. 2013. “Kontruksi Sosial Remaja Osing Terhadap Esoterisme Religio. Magis Dalam Pembentukan Jatidiri: Kajian Fenomenologi tentang Ritus Buyut Cili di Banyuwangi”. Disertasi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Suryaningsih, Ida Ayu Anggreni. 2016. Posisi Desa Serangan Berdasarkan Analisis Tourism Area Life Cycle. Jurnal Destinasi Pariwisata. Vol. 4, No 2.