

**PENGEMBANGAN PAKET WISATA BERBASIS
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI SEKITAR LOKASI
DESTINASI WISATA UNTUK PEMASARAN PARIWISATA
BERKELANJUTAN**

**(STUDI KASUS DI WISATA JOLOTUNDO GLAMPING DAN EDUPARK,
DESA BAJULAN, LOCERET, KABUPATEN NGANJUK)**

Wahyudin Meidiyanto¹; Sundjoto²; Sri Rahayu³

Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Kota
Surabaya^{1,2,3}

Email : wahyu@disparporabud@gmail.com¹; sdjt_5133@yahoo.com²;
rahayu.mahardhika@gmail.com³

ABSTRAK

Paket Wisata berbasis masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Mengembangkan Paket Wisata dengan melibatkan masyarakat disekitar lokasi Destinasi Wisata berarti mengoptimalkan partisipasi dan keterlibatan aktif masyarakat lokal disekitar Destinasi Wisata sebagai pelaku utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan kegiatan wisata. Melalui pendekatan ini, manfaat ekonomi dari sektor pariwisata dapat langsung dirasakan oleh masyarakat setempat. Selain manfaat ekonomi, konsep ini sekaligus mendorong pelestarian (konservasi) budaya dan lingkungan. Penelitian dilakukan dengan Studi kualitatif eksploratif dengan teknik observasi dan wawancara mendalam dengan pengelola Wisata Jolotundo dan tokoh masyarakat adat Desa Bajulan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberdayakan masyarakat dan komunitas lokal di sekitar destinasi wisata Jolotundo Glamping dan Edupark, sehingga tidak hanya meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi warga desa bajulan, tetapi juga memastikan bahwa pengembangan pariwisata dilakukan secara inklusif dan berkelanjutan, selaras dengan prinsip keberlanjutan lingkungan. Konsep ini juga dapat membantu inovasi dan pemasaran produk wisata dari Wisata wisata Jolotundo Glamping dan Edupark dalam era kompetisi industri Pariwisata secara global.

Kata Kunci : Paket Wisata; Pemberdayaan Masyarakat; Pariwisata Berkelanjutan; CBT

ABSTRACT

Community-based tourism packages have a strategic role in supporting sustainable tourism development. Developing Tourism Packages by involving communities around the location of Tourism Destinations means optimising the participation and active involvement of local communities around Tourism Destinations as the main actors in planning, managing, and implementing tourism activities. Through this approach, the economic benefits of the tourism sector can be directly felt by the local community. In addition to economic benefits, this concept also encourages cultural and environmental conservation. The research was conducted with an exploratory qualitative study using observation techniques and in-depth interviews with Jolotundo Tourism managers and Bajulan Village traditional community leaders. The results of the research are expected to empower local people and communities around Jolotundo Glamping and Edupark tourist destinations, thus not only improving the

socio-economic welfare of Bajulan villagers, but also ensuring that tourism development is carried out in an inclusive and sustainable manner, in line with the principles of environmental sustainability. This concept can also help innovation and marketing of tourism products from Jolotundo Glamping and Edupark Tourism in the era of global Tourism industry competition.

Keywords : Tourism Packages; Community-Based Tourism; Tourism Marketing; Sustainable Tourism

PENDAHULUAN

Bagian Salah satu tantangan utama dalam pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Indonesia, termasuk Jawa Timur adalah ketergantungan pada model pariwisata massal. Model pariwisata massal ini menitikberatkan pada peningkatan volume kunjungan wisatawan sebanyak mungkin yang sering kali tanpa mempertimbangkan kualitas wisatawan, daya dukung lingkungan, keberlanjutan budaya dan kearifan lokal, serta partisipasi dan pemberdayaan masyarakat setempat. Pariwisata massal (Mass Tourism) cenderung didominasi oleh aktor-aktor eksternal seperti pemodal besar, perusahaan tour operator skala nasional, serta investor besar yang menguasai infrastruktur utama industri pariwisata seperti hotel, villa, restoran, dan atraksi wisata.

Ketergantungan terhadap model ini berakibat terhadap peran masyarakat lokal dalam rantai nilai pariwisata menjadi terabaikan. Masyarakat lokal seringkali tidak dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, atau hanya berperan sebagai tenaga kerja level rendah, bahkan hanya menjadi penonton dalam aktivitas wisata yang berlangsung di lingkungan dimana mereka tinggal. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya eksklusi sosial dan ekonomi, yaitu kondisi di mana manfaat ekonomi tidak dinikmati secara adil oleh komunitas lokal serta potensi yang dimiliki masyarakat baik itu potensi alam lokal, potensi seni budaya, kuliner maupun potensi sumber daya manusianya tidak tergarap dengan baik.

Pergerakan wisatawan baik mancanegara maupun domestik di Indonesia pada tahun 2024, meningkat 19,05% dibandingkan tahun sebelumnya (GoodStats, 2024) sebanyak 13,9 juta orang. Sementara di Jawa Timur sendiri, kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 322.045 kunjungan, naik 47,42% dari tahun 2023 (Radar Surabaya Bisnis, 2024) mencapai 322.045 kunjungan. Sedangkan pergerakan wisatawan nusantara di provinsi Jawa Timur periode Januari – Desember 2024 mencapai 218.711.818 wisatawan, meningkat 5,60% dibandingkan periode yang sama tahun 2023.

Namun, peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan ini ternyata tidak selalu dibarengi dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal disekitar destinasi wisata.

Disisi lain, keberadaan model pariwisata massal juga terkadang membawa dampak negatif terhadap kelestarian lingkungan dan budaya lokal. Ketika kunjungan tidak direncanakan secara berkelanjutan, maka sangat mungkin terjadi tekanan terhadap sumber daya alam, kerusakan situs budaya dan pudarnya kecintaan pada tradisi budaya. Dalam jangka panjang, hal ini justru dapat mengancam keberlanjutan destinasi wisata itu sendiri.

Karena itu, mengurangi ketergantungan pada pariwisata massal dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata menjadi krusial. Pendekatan berbasis masyarakat (community-based tourism) menawarkan solusi alternatif, di mana masyarakat lokal dilibatkan secara aktif dalam desain, pengelolaan, dan operasional paket wisata. Selain meningkatkan manfaat ekonomi langsung bagi warga, pendekatan ini juga memperkuat identitas budaya lokal serta menciptakan model pariwisata yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Observasi awal yang dilaksanakan pada salah satu destinasi wisata di Kabupaten Nganjuk yaitu Jolotundo Glamping dan Edupark serta kawasan disekitar destinasi memang ditemukan persoalan baru. Jolotundo Glamping dan Edupark merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Nganjuk tepatnya di Desa bajulan, Kecamatan Loceret. Destinasi wisata ini berkonsep cafe dan penyedia jasa glamping dengan daya tarik utama berupa pemandangan hutan pinus dan sungai berbatu. Lokasinya berada di area hutan pinus lereng gunung wilis. Selain menyajikan cafe dengan konsep kekinian dan menyediakan jasa akomodasi berupa glamping, wisata Jolotundo juga dilengkapi dengan berbagai atraksi dan wahana untuk rekreasi seperti wahana berkuda, ATV, area camper Van, penagkaran rusa dan juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk aktivitas outbond dan meeting. Destinasi wisata ini mulai diperkenalkan ke publik sekitar tahun 2023 lalu dan menjadi viral mendatangkan para pengunjung dan wisatawan dari berbagai daerah bahkan hingga mancanegara. Pesatnya aktifitas wisata di destinasi ini belum diimbangi dengan berkembangnya wisata di Desa Bajulan dimana destinasi ini berada. Padahal Desa Bajulan sendiri sudah pernah dicanangkan sebagai Kampung adat sekaligus Desa Wisata berbasis budaya oleh Menti Desa Republik

Indonesia dan Dinas Kepemudaan Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Nganjuk.

Masyarakat Desa Bajulan memiliki potensi yang sangat signifikan dalam mendukung pengembangan pariwisata secara berkelanjutan, terutama melalui keterlibatan langsung mereka dalam proses perancangan (desain) dan pelaksanaan operasional paket wisata. Potensi ini meliputi potensi alam, budaya dan sumber daya manusia. Pemberdayaan potensi Desa Bajulan ini jika digarap lebih inovatif dan kreatif dapat memperkuat posisi masyarakat Desa Bajulan sebagai subjek pembangunan, tetapi juga meningkatkan relevansi dan keberpihakan Destinasi Wisata Jolutundo terhadap konteks sosial dan budaya masyarakat Desa Bajulan sendiri. Salah satunya adalah keterlibatan masyarakat dalam kerjasama kemitraan antara Destinasi Wisata Jolutundo dengan masyarakat adat desa bajulan dalam mengelola dan mengembangkan paket wisata di Desa Bajulan dapat mendorong pemberdayaan ekonomi lokal. Lebih daripada itu, kerjasama dan kolaborasi dalam penyusunan dan pengelolaan paket wisata Desa ini dapat menciptakan model pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan adaptif terhadap kearifan lokal yang membawa manfaat bersama bagi kedua belah pihak.

TINJAUAN PUSTAKA

Paket Wisata

Paket wisata merupakan suatu produk pariwisata yang terdiri atas rangkaian layanan yang disusun dan dijual sebagai satu kesatuan dengan harga tertentu. Dalam konteks akademik, paket wisata didefinisikan sebagai *"a combination of transport and ground arrangements including accommodation, sightseeing, and other services offered to tourists at an inclusive price"* (Goeldner & Ritchie, 2012). Paket ini biasanya dirancang oleh agen perjalanan atau tour operator dan ditujukan untuk memudahkan wisatawan dalam menikmati destinasi tanpa harus mengatur setiap komponen secara terpisah. Paket wisata juga bisa dirancang dan dikelola sendiri oleh pengelola destinasi wisata atau komunitas lokal menjadi suatu kemasan produk pariwisata yang memberikan suatu kesatuan pengalaman perjalanan kepada wisatawan. Menurut Goeldner & Ritchie (2012) dalam *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, paket wisata juga merupakan *"A product that involves the aggregation of travel services in a unified offering, which aims to provide ease, value, and a seamless experience for travelers, usually organized by tour operators or local communities."* Medlik &

Middleton (1973), mendefinisikan paket wisata sebagai: “A package tour is a pre-arranged combination of travel components designed and marketed as a whole by a tour operator, sold at an inclusive price with one or more services (e.g., transport, accommodation, entertainment).” Jadi Paket wisata pada prinsipnya merupakan suatu produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan secara terintegrasi dan efisien, mencakup berbagai elemen perjalanan mulai dari transportasi, akomodasi, konsumsi, hingga aktivitas rekreasi, yang menjadi satu kesatuan pengalaman perjalanan dijual dalam satu nilai harga tertentu. Beberapa komponen utama dalam paket wisata terdiri dari: Transportasi (darat, laut, udara), Akomodasi (hotel, homestay, resort), Konsumsi (makanan dan minuman), Atraksi wisata (kegiatan rekreasi, budaya, atau alam) dan Jasa tambahan (pemandu wisata, asuransi, dokumentasi, dan lain-lain). Adapun paket wisata memiliki fungsi dan tujuan utama untuk menyediakan kemudahan bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisatanya, mengoptimalkan waktu kunjungan dengan rute dan jadwal yang lebih efisien karena telah ditentukan dan tentunya lebih efisien dalam hal biaya.

Pemberdayaan Masyarakat

Dalam konteks Pariwisata, pemberdayaan masyarakat (Community-Based Tourism/CBT) yang dimaksud merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam merencanakan, mengelola, dan memanfaatkan segala sumber daya (potensi) wisata yang ada di wilayah mereka sendiri. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan pariwisata dapat mendatangkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan serta dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat setempat. Secara akademik, wisata berbasis pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai: “*Tourism that is owned and managed by the community and for the community, with the purpose of enabling visitors to increase their awareness and learn about the community and local ways of life.*” — (Goodwin & Santilli, 2009). Dalam konteks ini, masyarakat lokal tidak hanya berperan sebagai objek (penonton) dari kegiatan pariwisata, tetapi menjadi subjek aktif yang memiliki kapasitas untuk menentukan arah dan mengambil bagian dalam pengelolaan kegiatan wisata sesuai dengan nilai dan kearifan lokal mereka.

Destinasi Wisata

Destinasi wisata merupakan tempat atau kawasan yang menjadi tujuan utama perjalanan wisatawan karena memiliki daya tarik tertentu, baik alam, budaya, buatan manusia, maupun kombinasi dari ketiganya. Destinasi ini tidak hanya berupa lokasi geografis, tetapi mencakup seluruh pengalaman wisata yang ditawarkan kepada pengunjung, termasuk atraksi, aksesibilitas, fasilitas, layanan, dan keramahan masyarakat lokal. Bisa dikatakan, Destinasi Wisata adalah inti dari kegiatan pariwisata. Menurut Cooper et al. (2008), destinasi wisata adalah suatu ruang geografis yang di dalamnya terdapat berbagai unsur yang saling berinteraksi, seperti atraksi wisata, infrastruktur pendukung, fasilitas pelayanan, dan masyarakat setempat, yang secara keseluruhan membentuk sistem pariwisata. Menurut Goeldner dan Ritchie (2012) destinasi wisata harus memenuhi tiga komponen utama agar dapat menarik wisatawan, antara lain: Atraksi (attractions) yaitu daya tarik utama yang membuat wisatawan datang, Aksesibilitas (accessibility) yaitu kemudahan dalam mencapai lokasi, dan Amenitas (amenities) yaitu fasilitas / layanan pendukung, seperti akomodasi, restoran, pusat informasi, dll.

Pengelolaan destinasi wisata sangat penting agar keberadaannya berkelanjutan. Destinasi juga harus dikelola dengan memperhatikan kapasitas lingkungan, keterlibatan masyarakat lokal, dan kepuasan wisatawan. Dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat (CBT), destinasi tidak hanya dipandang sebagai objek komersial, tetapi sebagai ruang hidup sosial, ekonomi, dan budaya yang harus dijaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, destinasi memiliki fungsi yang sangat strategis yaitu sebagai penggerak ekonomi lokal dan konservasi budaya dan ekologi.

Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata pada intinya merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengomunikasikan nilai dari produk atau jasa wisata kepada wisatawan yang menjadi target pasar. Pemasaran dalam pariwisata berfungsi untuk mengidentifikasi kebutuhan wisatawan, merancang produk wisata yang sesuai, dan menyampaikannya melalui strategi yang efektif agar mendorong kunjungan dan kepuasan wisatawan. Menurut Middleton et al. (2009), pemasaran pariwisata adalah manajemen proses yang bertanggung jawab atas pengidentifikasian, antisipasi, dan pemenuhan kebutuhan konsumen wisata secara menguntungkan bagi organisasi dan

masyarakat lokal. Dengan kata lain, pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial dan lingkungan. Sementara Kotler, Bowen, dan Makens (2017) menyatakan bahwa pemasaran pariwisata adalah bagian dari *hospitality marketing*, yang menekankan pada pentingnya pengalaman, hubungan emosional, dan loyalitas konsumen dalam industri jasa. Dalam hal ini, produk wisata dianggap sebagai “*total experience*”, yaitu gabungan dari atraksi, pelayanan, interaksi budaya, serta suasana destinasi wisata itu sendiri.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pengembangan pariwisata yang memperhatikan keseimbangan antara tiga dimensi utama: lingkungan, sosial-budaya, dan ekonomi. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya sendiri (UNWTO, 2005). Menurut Inskeep (1991), pariwisata berkelanjutan menekankan pada pelestarian lingkungan, penghormatan terhadap budaya lokal, dan pemerataan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Dalam konteks pengembangan paket wisata, pendekatan ini menuntut desain produk wisata yang tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga bertanggung jawab terhadap dampaknya. “*Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future*” (Inskeep, 1991).

Yang menjadi karakteristik utama wisata berbasis pemberdayaan masyarakat adalah adanya partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh proses wisata, adanya kepemilikan lokal atas usaha atau atraksi wisata, adanya pelestarian budaya dan lingkungan, adanya Transparansi dalam distribusi manfaat ekonomi, serta mendorong Peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendidikan secara berkesinambungan. Pendekatan Pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat ini sangat relevan dalam kerangka pariwisata berkelanjutan, karena mendukung keadilan sosial, konservasi sumber daya, dan peningkatan kualitas hidup komunitas lokal. Konsep pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan wisata ini diarahkan untuk mencapai tujuan utama keberhasilan pembangunan pariwisata yang tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat mendapatkan manfaat nyata dan berkelanjutan dari kegiatan tersebut (Scheyvens, 1999).

Di Indonesia, konsep CBT mulai banyak diterapkan sebagai bagian dari strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Sunaryo (2013) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berkontribusi terhadap penguatan identitas lokal, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian budaya dan alam sebagai aset pariwisata untuk terwujudnya pariwisata berkelanjutan. Dari penjelasan tersebut, maka fokus penelitian ini adalah: bagaimana memberikan referensi / rekomendasi bentuk paket wisata berbasis pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi destinasi wisata Jolotundo, Desa Bajulan, Loceret, Nganjuk sebagai bentuk pemasaran pariwisata berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pemberdayaan masyarakat dengan pengembangan paket wisata serta dampaknya terhadap efektivitas pemasaran pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini juga bersifat aplikatif, karena dirancang untuk menghasilkan model strategi atau rekomendasi yang dapat diterapkan pada pengembangan destinasi wisata.

Subjek Penelitian ini adalah masyarakat lokal Desa Bajulan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk yang terlibat langsung dalam kegiatan wisata di sekitar destinasi Jolotundo, dan pengelola wisata Jolotundo Glamping dan Edupark. Sedangkan Objek Penelitian berfokus pada bentuk paket wisata berbasis pemberdayaan masyarakat disekitar lokasi destinasi wisata Jolotundo Glamping dan Edupark. Masyarakat disekitar lokasi destinasi dan perwakilan pengelola wisata Jolotundo yang dipilih memiliki beberapa kriteria utama seperti: berpotensi memiliki partisipasi aktif dalam kegiatan wisata, memiliki pengetahuan tentang paket wisata dan produknya, dan berdomisili di sekitar destinasi wisata.

Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui Wawancara dengan tokoh masyarakat Adat Desa Bajulan dan pengelola wisata Jolotundo Glamping dan Edupark untuk memperdalam pemahaman konteks lokal serta observasi partisipatif

untuk mengamati i potenketerlibatan masyarakat desa dalam kegiatan wisata secara langsung.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan bentuk paket wisata serta profil kegiatan masyarakat yang akan digunakan menjadi bahan pembuatan paket wisata dan bisnis utama destinasi wisata Jolotundo Gmalping dan Edupark.

Dalam hipotesis peneilitan ini, kita dapat melihat model paket wisata berbasis pemberdayaan masyarakat yang merupakan inovasi pemasaran produk wisata berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pengelola wisata Jolotundo Glamping dan Edupark dan tokoh masyarakat Adat Desa Bajulan, Loceret Kabupaten Nganjuk, menunjukkan bahwa masyarakat Desa Bajulan memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan paket wisata namun belum tergarap secara optimal dan kolaboratif dalam aktivitas wisata Jolotundo Glamping dan Edupark meskipun lokasinya berada di wilayah yang sama. Potensi tersebut meliputi :

- Sumber Daya Alam: Hutan Pinus, Sungai Berbatu Yang Mengalir Sepanjang Tahun, Track Pendakian Puncak Sekartaji Gunung Wilis, Jalur Alas Dowo
- Budaya Dan Religi: Pura Kerta Bhuwana Giri Wilis, Makam Adat, Ritual Adat Melasti, Kesenian Pawai Ogoh-Ogoh, Upacara Piodalan, Seni Jaranan, Seni Tari, Seni Menulis Aksara Jawa, Anyaman Janur/Penjor.
- Kuliner Tradisional: Buah Durian (Musiman), Snack Permen Pepaya, Keripik, Jamu Tradisional, Ayam Bakar Bajulan.
- Serta Sumber Daya Manusia: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Kelompok Pemuda Pura Giri Wilis.

Karakteristik responden dalam wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat lokal Desa Bajulan menyambut baik ide pengembangan paket wisata kemitraan yang melibatkan mereka secara langsung. Mereka memiliki kemauan untuk berpartisipasi dan beberapa sudah memiliki pengalaman dalam menjamu wisatawan secara informal. Beberapa temuan ini menunjukkan kesiapan masyarakat Desa bajulan untuk mendukung model community-based tourism.

Dari pihak pengelola wisata Jolotundo Glamping dan Edupark sendiri menunjukkan bahwa mereka memerlukan inovasi produk wisata berupa paket wisata yang menghadirkan pengalaman lain dalam berwisata yang memiliki keunikan yang tidak bisa ditemukan di tempat lain (*unique selling product*). Paket wisata ini bisa memperkuat branding destinasi wisata Jolotundo sendiri serta membuka segmentasi pasar yang lebih beragam. Paket wisata berkonsep kemitraan dengan memberdayakan masyarakat lokal ini bisa memperkuat posisi destinasi wisata Jolotundo sebagai destinasi wisata berkelanjutan serta turut mendukung program pemerintah dalam mengembangkan model pariwisata berbasis masyarakat.

Beberapa temuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Bajulan siap ikut berperan sebagai pelaksana kegiatan wisata.
2. Pengelola Wisata Jolotundo terbuka terhadap kerjasama kemitraan, namun belum memiliki skema kolaboratif yang terstruktur, khususnya terkait model kerjasama pengembangan paket wisata.
3. Belum terdapat paket wisata yang merepresentasikan integrasi antara kawasan Jolotundo dan komunitas Desa Bajulan.

Interpretasi dari temuan ini menunjukkan perlunya rancangan paket wisata berbasis masyarakat yang tidak hanya menjual atraksi dan pengalaman berwisata, tetapi juga menjadikan masyarakat sebagai pusat pengalaman wisata itu sendiri. Paket yang dirancang dari bawah (*bottom-up*) dengan melibatkan komunitas masyarakat secara langsung akan memperkuat daya tarik wisata melalui keaslian (*authenticity*), sekaligus meningkatkan kebanggaan dan keterikatan masyarakat terhadap destinasi wisata Jolotundo yang berada di wilayah mereka.

Model paket wisata yang tepat untuk dikembangkan berbasis potensi dan partisipasi masyarakat dapat menjadi sarana pemasaran wisata yang efektif karena mengandung narasi lokal masyarakat Bajulan yang sangat kuat, menampilkan daya tarik khas yang tidak dimiliki destinasi lain, mendorong keterlibatan langsung wisatawan dalam pengalaman wisata yang berbasis alam dan budaya. Dengan demikian, rancangan paket wisata ini tidak hanya menjawab kebutuhan pemasaran produk wisata, tetapi juga menjadi alat transformasi sosial yang memperkuat keberlanjutan ekonomi dan budaya di tingkat lokal sehingga dapat mewujudkan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*).

Beberapa rancangan awal paket wisata bertema “*Bajulan Cultural & Nature Experience*” yang diusulkan terdiri dari:

Paket Wisata A (Jelajah Bajulan 2 Hari 1 Malam)

Hari Pertama

- Jeep Adventure (titik kumpul di Jolotundo)
- Kunjungan ke Pura Bajulan (Penyambutan tari tradisional, pengenalan sejarah Desa Bajulan dan explore Pura *)
- Belajar membuat anyaman janur dan menulis aksara jawa
- Menikmati jajanan khas Desa Bajulan
- Bermalam di Jolotundo Glamping (atraksi api unggun)

Deskripsi paket hari pertama: *Wisatawan datang di wisata Jolotundo, disambut oleh Guide lokal dari Desa Bajulan yang akan memandu wisatawan selama berkunjung. Seluruh barang bawaan wisatawan disimpan di transit room wisata Jolotundo. Kunjungan menggunakan kendaraan jeep yang akan dipandu langsung oleh pengemudi sekaligus pemandu wisata selama perjalanan. Saat tiba di Pura Desa Bajulan, wisatawan akan disambut dengan tari khas warga diiringi oleh gamelan dan di kenakan udeng khas Desa Adat. Selanjutnya wisatawan akan dipandu oleh pemangku Pura untuk menjelajahi area Pura sekaligus menjelaskan sejarah dan budaya khas warga. Wisatawan juga bisa berfoto menggunakan pakaian adat khas Pura yang bisa disewa. Setelah selesai explore, wisatawan diajak oleh pemandu untuk belajar membuat kerajinan khas warga pura yaitu membuat anyaman janur dan kemudian belajar menulis nama wisatawan dengan aksara jawa di gantungan kunci berbentuk lempeng kayu. Kedua hasil kerajinan yang dibuat sendiri oleh wisatawan ini akan dibawa pulang sebagai cinderamata. Sebelum kembali, wisatawan disuguhkan jajanan dan minuman khas desa adat Bajulan serta bisa membeli oleh oleh produk khas Desa Bajulan. Selama kegiatan kunjungan berlangsung, aktivitas wisatawan akan di dokumentasikan oleh tim dokumentasi dari kelompok pemuda pura dan dikirim kepada wisatawan. Setibanya kembali di wisata Jolotundo, wisatawan dapat langsung beristirahat dan menikmati free paket glamping jolotundo.*

Hari Kedua

- Senam pagi di tengah hutan pinus
- Wahana ATV (jalur pendek)

- Outbond susur sungai dan edukasi konservasi air
- Makan siang dan penutupan

Deskripsi paket hari kedua: *Sesudah sarapan pagi, wisatawan diajak menuju ke area hutan pinus untuk melakukan senam pagi dipandu oleh instruktur yang telah disediakan oleh pengelola. Selanjutnya, wisatawan diajak untuk berpetualang dengan wahana adrenalin berupa ATV(All-Terrain Vehicle) di alam terbuka. Selanjutnya akan dipandu oleh Outbond Guide untuk berpetualang susur sungai disekitar wisata Jolotundo sembari mengenalkan tentang edukasi konservasi air agar kelestarian alam tetap terjaga. Kegiatan terakhir adalah makan siang di restoran wisata jolotundo.*

Komponen harga Paket meliputi :

Sumbangan untuk kas pura desa, pemandu lokal, instruktur senam dan pelatih outbond, dokumentasi, kendaraan jeep atau sejeneknya, tari penyambutan, souvenir dan kerajinan, jajanan khas, wahana ATV, makan siang, api unggun, paket glamping

Paket Wisata B (Half Day)

- Jeep Adventure (Titik Kumpul di Jolotundo)
- Kunjungan ke Pura Bajulan (Explore Pura) *)
- Edukasi membuat anyaman janur dan menulis aksara jawa
- Wahana ATV (Jalur Pendek)
- Makan siang

Deskripsi paket halfday: *Wisatawan datang di wisata Jolotundo, disambut oleh Guide lokal dari Desa Bajulan yang akan memandu wisatawan selama berkunjung. Seluruh barang bawaan wisatawan disimpan di transit room wisata Jolotundo. Kunjungan menggunakan kendaraan jeep yang akan dipandu langsung oleh pengemudi sekaligus pemandu wisata selama perjalanan. Saat tiba di Pura Desa Bajulan, wisatawan akan disambut dengan tari khas warga diiringi oleh gamelan dan di kenakan udeng khas Desa Adat. Selanjutnya wisatawan akan dipandu oleh pemangku Pura untuk menjelajahi area Pura sekaligus menjelaskan sejarah dan budaya khas warga. Wisatawan juga bisa berfoto menggunakan pakaian adat khas Pura yang bisa disewa. Setelah selesai explore, wisatawan diajak oleh pemandu untuk belajar membuat kerajinan khas warga pura yaitu membuat anyaman janur dan kemudian belajar menulis nama wisatawan dengan aksara jawa di gantungan kunci berbentuk lempeng kayu. Kedua hasil kerajinan yang dibuat sendiri oleh wisatawan ini akan dibawa*

pulang sebagai cinderamata. Sebelum kembali, wisatawan disuguhkan jajanan dan minuman khas desa adat Bajulan serta bisa membeli oleh-oleh produk khas Desa Bajulan. Selama kegiatan kunjungan berlangsung, aktivitas wisatawan akan didokumentasikan oleh tim dokumentasi dari kelompok pemuda pura dan dikirim kepada wisatawan.

Paket Wisata C (minat khusus pendakian sekartaji)

- Titik Kumpul di Jolotundo
- Tracking pendakian dipandu guide lokal
- Istirahat dan makan di glamping Jolotundo

Deskripsi paket wisata pendakian: *Wisatawan datang di wisata Jolotundo, disambut oleh pemandu gunung lokal yang akan memandu wisatawan pendaki selama pendakian. Seluruh barang bawaan wisatawan disimpan di transit room wisata Jolotundo. Selanjutnya, tamu akan diantar ke loket pos pendakian untuk pendaftaran tim. Para wisatawan pendaki akan memulai pendakian puncak sekartaji didampingi oleh pemandu / tanpa pemandu. Sekembalinya dari puncak, para pendaki langsung dijemput oleh kendaraan Jolotundo dan diantar ke wisata Jolotundo untuk istirahat, membersihkan diri dan makan.*

Komponen harga paket meliputi :

Tiket masuk pos pendakian, kendaraan antar penjemputan, pemandu pendaki, makan.

Paket Wisata D (Bajulan Run : Lari Lintas Jolotundo – Pura kerta Bhuwana)

- Titik Kumpul di Jolotundo
- Senam bersama instruktur
- Start Lari di Wisata Jolotundo
- Pos 1 Monumen Jenderal Sudirman
- Finish di Pura Kerta Bhuwana dan explore Pura Desa
- Kembali ke Jolotundo dengan Jeep Adventure
- Makan siang

Deskripsi paket wisata lari jelajah desa: *Wisatawan datang di wisata Jolotundo, disambut oleh crew Jolotundo. Wisatawan akan diberikan kaos yang bisa dipakai untuk olahraga lari (bisa juga menggunakan kaos milik pribadi). Selanjutnya wisatawan dipersilahkan melakukan peregangan dan pemanasan. Dan diberikan brosur dan petunjuk lari. Wisatawan dapat memulai lari start dari Foto booth Jolotundo untuk*

berfoto dan kemudian melakukan olahraga lari (fun Run) menuju ke Pura Desa bajulan sejauh 5km. Sesampai di Pura Desa, disambut oleh pemandu lokal untuk menjelaskan sejarah dan berfoto. Wisatawan bisa menikmati jajanan dan minuman tradisional khas desa adat atau membeli oleh oleh dan suvenir. Wisawatan kembali ke Wisata Jolotundo menggunakan kendaraan yang sudah disediakan oleh pengelola jolotundo. Paket diakhiri dengan makan siang.

Komponen harga paket meliputi :

Kaos Premium, Air Mineral, Sumbangan untuk kas pura desa, kendaraan penjemputan, makan siang, merchandise gelang karet eksklusif yang dipakai pelari.

**) jika bertepatan dengan ritual atau upacara keagamaan di Pura, maka paket digantikan dengan menyaksikan ritual/upacara keagamaan tersebut.*

Kolaborasi antara pengelola wisata Jolotundo dan masyarakat Desa Bajulan dapat dikembangkan dalam bentuk kerjasama pengelolaan penjualan paket, pelatihan SDM, dan promosi digital. Dari hasil pembahasan ini mengonfirmasi bahwa model pengembangan paket wisata berbasis pemberdayaan masyarakat di kawasan Jolotundo dan Desa Bajulan merupakan pendekatan yang selaras dengan strategi pemasaran produk wisata untuk pariwisata berkelanjutan, sekaligus meningkatkan nilai tambah destinasi secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan paket wisata berbasis pemberdayaan masyarakat sangat mungkin dapat menjadi pendekatan strategis untuk mendukung pemasaran produk wisata sekaligus mendukung terwujudnya konsep pariwisata berkelanjutan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam mengelola dan melaksanakan aktivitas wisata dapat meningkatkan kualitas dan nilai tambah dari paket wisata yang ditawarkan. Bagi wisatawan sendiri, paket wisata ini dapat memberikan pengalaman berwisata yang otentik. Keaslian dan keunikan potensi budaya, alam, dan sumber daya manusia yang di miliki oleh masyarakat Desa Bajulan sangat mendukung model community-based tourism. Namun, memang sampai saat ini belum ada integrasi langsung dalam bentuk paket wisata yang menggabungkan kawasan Jolotundo Glamping & Edupark dengan potensi lokal desa secara utuh. Karena itu, rancangan paket wisata "Bajulan Cultural & Nature Experience" menjadi bentuk konkret dari integrasi potensi lokal dengan kebutuhan pemasaran destinasi wisata Jolotundo

Glamping dan edupark. Paket ini mencerminkan prinsip pariwisata berkelanjutan: memberdayakan masyarakat, melestarikan budaya dan alam, serta memberikan pengalaman otentik kepada wisatawan. Penelitian ini juga memberikan bukti bahwa sinergi antara masyarakat dan pengelola destinasi merupakan kunci dalam menciptakan model wisata yang inklusif, adaptif, dan berdaya saing di era kompetisi global.

Diperlukan dukungan kebijakan dan fasilitasi dari pemerintah daerah untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola dan memasarkan paket wisata berbasis lokal. Selanjutnya bagi pengelola Jolotundo Glamping dan Edupark disarankan menjalin kemitraan resmi dengan masyarakat Desa Bajulan melalui Pokdarwis atau BUMDes untuk memudahkan koordinasi dan berbagi manfaat secara berkeadilan. Perlu dilakukan pelatihan terpadu dalam bidang hospitality, pemasaran digital, dan pengemasan produk wisata untuk masyarakat, agar mampu bersaing di pasar wisata edukatif dan budaya. Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk menguji dampak ekonomi dan sosial dari implementasi paket wisata terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan keberlanjutan destinasi.

Ucapan Terima Kasih

Segala Puji Syukur Bagi Tuhan Atas Segala Berkah Sehingga Penulis Dapat Menyelesaikan Artikel Ilmiah ini. Terima kasih pada istri atas motivasi dan dukungan, anak-anak yang memberi semangat, orang tua dan mertua tersayang akan doa yang tiada henti dalam setiap kondisi apapun serta kepada seluruh responden, khususnya pengelola Jolotundo dan tokoh adat desa bajulan yang ikut serta membantu dalam proses penyelesaian artikel ilmiah ini. Ucapan terima kasih untuk civitas akademik STIE Mahardhika Surabaya, Dosen Pembimbing dan rekan rekan mahasiswa program magister manajemen kelas A11. Saya juga mengapresiasi kepada seluruh individu yang berpartisipasi, hingga selesainya artikel ilmiah ini sebaik mungkin

DAFTAR PUSTAKA

- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. 2012. *Tourism: Principles, Practise, Philosophies (12th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Medlik, S., & Middleton, V. T. C. 1973. *Product Formulation in Tourism. Tourism and Marketing*, The Travel and Tourism Analyst.
- Goodwin, H., & Santilli, R. 2009. *Community-Based Tourism: A Success? ICRT Occasional Paper 11*.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. 2009. *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.

- Middleton, C., Fletcher, J., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. 2009. *Marketing in Travel and Tourism (4th ed.)*. Butterworth-Heinemann
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.)*. Pearson Education.
- UNWTO. 2005. *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. World Tourism Organization & United Nations Environment Programme.
- Inskeep, E. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Scheyvens, R. 1999. *Ecotourism and the empowerment of local communities*. *Tourism Management*, 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Andi Yuwono, S.Sos., M.Si, dkk. 2018. *Desa Wisata Benteng NKRI*, ASIDEWI (Asosiasi Desa Wisata Indonesia).
- Jadesta, 2020. *Jejaring Desa Wisata*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id>
- Fandeli, C., & Mukhlison, F. 2000. *Pengembangan Ekowisata*. Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada.
- Yoeti, O. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.
- Nuryanti, W. 1993. *Konsep Pariwisata Budaya*. Gadjah Mada University Press.
- Mus Purmadani. 2025. *322 ribu wisatawan mancanegara kunjungi jatim selama 2024*. <https://radarsurabaya.jawapos.com/ekonomi/775606004/322-ribu-wisatawan-mancanegara-kunjungi-jatim-selama-2024>
- Sinta, R. D. 2025. *322Tahun 2024, Angka Kunjungan Wisman ke Indonesia Tertinggi dalam 5 Tahun Terakhir*. <https://data.goodstats.id/statistic/tahun-2024-angka-kunjungan-wisman-ke-indonesia-tertinggi-dalam-5-tahun-terakhir-jloBN#:~:text=Data%20dari%20Badan%20Pusat%20Statistik,tahun%20terakhir%20sejak%20tahun%202020>.
- Badan Pusat Statistik. 2025. *Statistik Kunjungan Wisatawan 2024*, <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/03/20/a85d584df19ea65a5e2b3d0b/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2024.html>
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2025. *DesaStatistik Pariwisata Provinsi Jawa Timur 2024*. <https://jatim.bps.go.id/id/publication/2025/05/21/042e55f9c3425514856a90c8/statistik-pariwisata-provinsi-jawa-timur-2024.html>
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.