

EFEKTIFITAS SISTEM PEMASARAN TRADISIONAL WISATA TRADISIONAL BERBASIS LOCAL WISDOM DAN TRADISI AGAMA DI KABUPATEN BANYUWANGI.

Lilit Biati

IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi

lilitbiati@gmail.com

Abstract: *Alas Purwo National Park is one of the tourist attractions in Banyuwangi, which is the center of attention, especially for performers of rituals and praying for Hindus. The kawitan site is a ancestral temple which is still actively used for prayer, while many rituals are carried out in caves and on the shores of the pancur. The objectives of this study are to describe the effectiveness of traditional marketing systems based on local wisdom and religious traditions and to examine the role of local communities in promoting tourism destinations and religious traditions in Banyuwangi Regency. The research method used in this research is a qualitative research with a case study design, with an ethnographic approach, and participatory. The location of the research object is Alas Purwo National Park, Banyuwangi Regency. Data collection techniques used in-depth interviews (indept interviews), role observations (Participant Observation), and documentation (Documentation). Meanwhile, the data analysis technique used is data reduction, data display, withdrawal and data testing (drowing and ferrivying conclusions).*

Keywords: *efektifitas pemasaran, wisata tradisional, tradisi agama, local wisdom*

PENDAHULUAN

Wisata spiritual yang bernuansa "klenik" banyak ditemukan di Indonesia, tetapi kajian tentang realitas ini lebih banyak memberi perhatian pada dimensi spiritual dan sosial. Penelitian ini akan membahas praktek pemasaran yang terjadi di sebuah wilayah wisata di Banyuwangi, bernama Alas Puwo.

Wisata Klenik Alas Purwo banyak dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat terutama para dukun yang datang ke Alas Purwo dari berbagai daerah dan berbagai identitas agama (Hindu, Islam). Mereka tidak datang sendiri tetapi dengan membawa anak buahnya ke Alas Purwo untuk melakukan ritual di goa-goa dan Pantai Pancur yang ada di Resort Pancur. Dalam goa-goa tersebut mereka melakukan semedi juga membawa peralatan yang diperlukan misalnya dupa, bunga setaman, dan kemenyan. Karena tempatnya memang di dalam hutan dan masih sacral, mereka tetap kembali datang ke



Alas Purwo dengan keperluan tertentu di antaranya mencari ketenangan, tirakat, ritual dengan maksud tertentu.¹ Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, memetakan segmen pasar pariwisata sebagai salah satu ikon pemasaran pariwisata agar pengembangan sektor tersebut menjadi lebih fokus dan berdampak luas bagi perekonomian masyarakat, segmentasi pasar wisata dirancang sebagai karakter demografi atau psikografi. Segmentasi wisata sangat penting untuk menuju pasar yang potensial. Segmentasi demografi menyangkut usia atau jenis kelamin wisatawan, sedangkan psikografi berdasarkan gaya hidup, nilai-nilai yang dipercayai atau kepribadian pasar. Daerah berjudul dengan nama “The Sunrise of Java” ini telah mempromosikan wisata lewat aplikasi media social dan Android yang dinamai ‘Banyuwangi Tourism’ dan bisa diakses menggunakan telepon pintar. Media sosial seperti Twitter, Youtube, Path, dan Instagram di optimalkan.

Penelitian ini akan mengkaji tentang pengembangan wisata klenik yang menggunakan sistem pemasaran promosi dari mulut ke mulut di Kabupaten Banyuwangi, Penelitian ini secara khusus akan mengkaji sistem pemasarannya yang tradisional tetapi efektif dalam pengembangan Wisata Klenik yaitu dengan sistem pemasaran tradisional berbasis local wisdom dan tradisi agama.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan efektifitas system pemasaran tradisional berbasis local wisdom dan tradisi agama serta mengkaji peran masyarakat setempat dalam upaya mempromosikan destinasi wisata dan tradisi agama di taman nasional alas purwo banyuwangi.

Rumusan Masalah dan Kajian Terdahulu

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk konsep pemasaran wisata klenik Alas Purwo di Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana efektifitas sistem pemasaran wisata klenik Alas Purwo di Kabupaten Banyuwangi?

Kajian terdahulu dari penelitian ini diantaranya adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Didin Syarifuddin dengan judul Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata menyatakan bahwa, Pasar merupakan tempat yang sangat menarik untuk dikunjungi, karena di pasar masyarakat bisa berbelanja, termasuk di Pasar Monju Bandung. Pasar Monju merupakan pasar yang menarik, karena para pengunjung bisa mendapatkan barang untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat pada umumnya belum sepenuhnya dapat memaknai Pasar Monju sebagai tempat yang dapat membangun hubungan sosial masyarakatnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pasar tradisional Monju dilihat dari perspektif nilai daya tarik wisata, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif,

¹ Lilit Biati, Abdul Aziz, and Moh Imam Khauldi, ‘PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA KLENIK TAMAN NASIONAL ALAS PURWO DI KABUPATEN BANYUWANGI’, *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 14.1 (2020), 55–72.



pengambilan data melalui wawancara kepada 10 orang informan penjual dan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Monju merupakan pasar yang beroperasi pada Hari Minggu dari pukul 06.00 sampai pukul 13.00, di sekitar Monumen Juang sampai depan PT Telkom Indonesia. Barang yang dijual mencakup kebutuhan sandang dan papan. Pengunjung berasal dari Kota Bandung dan sekitarnya, beberapa Kabupaten di Jawa Barat, bahkan dari luar Jawa Barat. Pasar Monju termasuk ke dalam kategori Pasar Tradisional, karena transaksinya secara manual tanpa kuitansi, harga bisa ditawar, tidak mengenal pembagian kerja, artinya para penjual berperan juga sebagai bagian keuangan, pelayan, dan juga sales. Pasar Monju sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat yang lebih memilih barang dengan harga terjangkau. Hal lain adalah tumbuhnya saling percaya diantara penjual dengan pembeli dan penjual dengan penjual yang lain. Pada aspek nilai sosial pariwisata, tumbuhnya ikatan emosional di dalam membangun interaksi sosialnya, tumbuhnya nilai gotong royong, khususnya diantara para penjualnya, tumbuhnya ikatan persaudaraan antara pembeli dengan penjualnya, karena terbangun interaksi sosial dalam bentuk menawar, sehingga menumbuhkan kedekatan yang menumbuhkan nilai rasa saling menghargai, menghormati, dan ikatan emosional dalam bentuk persaudaraan. Nilai relasional ini menumbuhkan empati dan simpati, sehingga menjadi daya tarik wisata dari aspek sosial, yang disebut nilai sosial pariwisata.²

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mahmuddin Mahmuddin Alauddin State Islamic University, Makassar. Dengan judul Religion, Radicalism and National Character: In Perspective of South Sulawesi Local Wisdom, menyatakan bahwa Dipercaya secara luas bahwa Indonesia menghadapi masalah ketidakharmonisan karena sejumlah konflik horizontal yang didasarkan pada etnis, agama, dan ras. Selain itu, ada banyak masalah sosial juga terjadi dalam beberapa tahun terakhir yang merangsang konflik. Misalnya, merajalela pengguna narkoba di seluruh negeri dan meningkatnya jumlah teroris yang signifikan di banyak wilayah di Indonesia. Penulis percaya bahwa salah satu alasan utama dari konflik ini adalah kurangnya pemahaman tentang karakter bangsa dan juga kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat tertentu. Sementara itu, Indonesia sebagai negara kaya akan karakter yang bisa menyatukan masyarakat di bawah bendera negara dan mengurangi konflik di antara mereka. Dalam konteks wilayah Sulawesi Selatan, setidaknya ada tiga karakter berbeda yang dapat menurunkan kemunculan radikalisme. Pertama, harga perbedaannya. Kedua, mereka berpikiran terbuka. Ketiga, menjaga tradisi ashame (siri) sebagai jenius lokal. Karakter ini adalah ibu kota sosial masyarakat Sulawesi Selatan dalam mengatasi pemahaman radikalisme. Penulis kemudian menyimpulkan bahwa jika setiap etnis di Indonesia membuat jenius lokal mereka sebagai filosofi mereka dalam kehidupan sehari-hari, gerakan radikalisme dapat ditangani di seluruh negeri.³

Dari beberapa kajian terdahulu, penelitian ini membahas tentang Efektifitas Sistem Pemasaran Tradisional Wisata Tradisional Berbasis Local Wisdom Dan Tradisi Agama Di Kabupaten Banyuwangi.

² Didin Syarifuddin, 'Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata', *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15.1 (2018), 19–32.

³ Mahmuddin Mahmuddin, 'Religion, Radicalism and National Character: In Perspective of South Sulawesi Local Wisdom', *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 18.2 (2017), 201–12.



Metode Penelitian

Menggunakan jenis metode penelitian kualitatif, riset akan dilakukan di wilayah wisata alas purwo. Secara khusus penelitian ini akan menghimpun informasi atau data yang bisa menggambarkan metode pemasaran dalam wisata klenik di alas purwo. Merujuk pada konsep tentang 4 P dalam teori pemasaran, maka sasaran penelitian ini akan berpusat pada hal, termasuk;

- Lokasi yang menjadi daya tarik utama, yakni goa (goa Istana, goa Mayangkoro, goa Padepokan) dan pantai Pancur yang terletak di Resort Pancur yang sering di kunjungi para pelaku ritual.
- Pengunjung yang datang ke Alas Purwo berasal dari berbagai daerah bukan hanya masyarakat setempat bahkan pengunjung juga berasal dari luar Jawa.
- pelaku wisata adalah orang yang berkunjung ke Alas Purwo dengan maksud dan tujuan tertentu, pedagang adalah orang yang berjualan di area Alas Purwo dan mendapatkan tempat untuk berjualan di daerah resort Pancur dan manajemen adalah pengaturan yang telah dilakukan oleh Balai Taman Nasional Alas Purwo sebagai kebijakan. Taman nasional alas purwo di kelola oleh Balai Taman Nasional Balai Taman Nasional Alas Purwo sebagai salah satu UPT yang berada dibawah Ditjen KSDAE memiliki tugas melaksanakan tugas penyelenggaraan konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya dilakukan melalui kegiatan Perlindungan sistem penyangga kehidupan, Pengawetan keanekaragaman hayati dan ekosistemnya, dan Pemanfaatan yang lestari. Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya, maka diperlukan pedoman dan acuan yang akuntabel dalam pelaksanaan program dan kegiatan Taman Nasional Alas Purwo berupa Rencana Kerja (Renja) Balai Taman Nasional Alas Purwo.

Secara khusus penelitian ini akan melihat situs-situs dan aktifitas yang berperan sentral dalam wisata klenik, ritual di pantai pada malam satu suro, jumat legi, jumat kliwon, selasa kliwon, dan aktifitas berdoa di goa pada masa-masa yang dianggap suci.

Secara metodologis, pengumpulan data akan dilakukan dengan metode kualitatif dalam bentuk wawancara, observasi terlibat participant observation dan kajian pustaka. Untuk mendapatkan data yang valid, penelitian dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan: (1) wawancara mendalam (*indept interview*), (2) pengamatan partisipasi (*Participan Observation*) serta (3) Dokumentasi (*Documentation*).

Wawancara akan dilakukan kepada pelaku ritual, karena mereka secara langsung melakukan ritual di daerah Resort Pancur, juga kepada para pedagang dan petugas yang ada di Resort Pancur.

Observasi akan dilakukan di Alas Purwo terutama di Resort Pancur, momen-momen yang dapat di lakukan waktu observasi yaitu pada malam jumat legi, selasa kliwon, dan jumat kliwon, serta malam satu suro, karena menurut para pelaku ritual momen momen itulah yang di anggapnya paling sacral dan suci.

Tinjauan Teori



1. Efektifitas Sistem Pemasaran Tradisional

Terkait penelitian ini, konsep yang relevan adalah manajemen pemasaran pariwisata. Menurut Philip Kotler (2012:146) pengertian manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang di tuju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam manajemen pemasaran terdapat perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang dikenal dengan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Kotler (2000) mendefinisikan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang di tuju perusahaan, bauran pemasaran yang di kenal dengan 4P yaitu Product, price, place, promotion.⁴ Konsep pemasaran Kotler yang digunakan sebagai landasan teori untuk menganalisis konsep dan sistem pemasaran Wisata Klenik Alas Purwo di Banyuwangi. Berdasarkan konsep tersebut, sistem pemasaran Wisata Klenik akan dianalisis promosi pemasarannya, bauran pemasaran terdiri dari: 1. Produk (produk yang ditawarkan oleh Alas Purwo terutama di resort Pancur berupa Goa Istana, Goa Mayangkoro, Goa Padepokan, sendang dan pantai Pancur), 2. Harga (harga yang di kelola oleh alas purwo sudah terinci dalam tiket masuk kawasan Alas Purwo), 3. Tempat (tempat yang ditawarkan oleh Alas Purwo terdapat banyak tempat misalnya: Resort Rowo Bendo, Resort Sadengan, Resort Trianggulasi, Resort Pancur, Resort Marengan, pantai Plengkung/ *G Land*). 4. Promosi (promosi yang dilakukan oleh Alas Purwo mengadakan diskon tiket masuk untuk rombongan wisatawan pelajar) Alat yang digunakan dalam pemasaran wisata klenik Alas Purwo yaitu: 1. Komunikasi (promosi pemasaran menarik perhatian dan memberikan informasi yang dapat mengarahkan pengunjung ke produk yang tepat). 2. Insentif (promosi penjualan menggabungkan sejumlah kebebasan, mendorong atau kontribusi yang memberi nilai bagi pelanggan). 3. Ajakan (promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang). Untuk mencapai tujuan dari sistem pemasaran promosi dari mulut ke mulut secara efektif.

Pemasaran tradisional adalah suatu strategi pemasaran bisnis yang menggunakan alat dan sarana yang mempunyai rupa fisik seperti pemasangan papan reklame di jalan, brosur yang ditempelkan di tembok, komunikasi atau interaksi secara tatap muka, dan sebagainya. Berdasarkan penelitian bersama yang dilakukan oleh Supriyandi, dapat diketahui jika metode ini jarang mengalami kerugian, meskipun revolusi digital terus berkembang pesat. Salah satu faktor yang menyebabkannya adalah mahal biaya pemasaran melalui radio dan televisi. Sebaliknya, penggunaan papan reklame dan selebaran tidak hanya ramah anggaran, tetapi juga efektif dalam menjangkau para konsumen.

2. Wisata Tradisional

Wisata permainan tradisional adalah suatu objek wisata, yang mana jenis permainan yang ada, mengadopsi dan kemudian di kembangkan dari nilai- nilai tradisional yang ada di

⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Edisi Ketiga Belas' (Terjemahan Bob Sabran, MM,. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).



nusantara. Wisata berbasis budaya adalah salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Pariwisata jenis ini dibedakan dari minat-minat khusus lain, seperti wisata alam, dan wisata petualangan.

3. Local Wisdom

Kearifan Lokal atau sering disebut Local Wisdom adalah semua bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman, atau wawasan serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitas ekologis. Sedangkan menurut Gobyah, 2009 kearifan lokal didefinisikan sebagai kebenaran yang telah mentradisi atau ajeg dalam suatu daerah.⁵

Dari kedua definisi tersebut maka local wisdom dapat diartikan sebagai nilai yang dianggap baik dan benar yang berlangsung secara turun-temurun dan dilaksanakan oleh masyarakat yang bersangkutan sebagai akibat dari adanya interaksi antara manusia dengan lingkungannya.

Gambar kearifan local antara umat hindu dan islam



Dokumentasi peneliti

4. Tradisi Agama

Komaruddin Hidayat Guru Besar Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah AGAMA itu diyakini datang dari “langit”, sedangkan tradisi tumbuh dari “bumi”. Tapi setiap agama yang hadir di bumi pasti akan bertemu dan menyatu dengan tradisi lokal. Bahkan sebuah agama pada urutannya juga akan melahirkan tradisi baru, yaitu tradisi keagamaan. Oleh karena itu agama dan tradisi selalu menyatu, bagaikan menyatunya roh dan tubuh. Kita semua begitu terlahir langsung diasuh dan dibesarkan oleh tradisi. Yang paling mencolok tentu dalam hal bahasa, makanan, dan agama. Anak kecil akan berbahasa mengikuti bahasa lingkungan keluarga dan sosialnya. Begitu pun selera dan cara makan

⁵ I K Gobyah, ‘Pengenalan Keraifan Lokal Indonesia’, *Rineka Cipta*, 2009.

serta jenis makanan yang disantap sangat dipengaruhi tradisi keluarganya. Juga dalam aspek keberagaman, seorang anak akan mengikuti agama orang tuanya meskipun setelah dewasa bisa saja seseorang menyatakan berganti keyakinan agamanya. Pola pikir seseorang pun sangat dipengaruhi lingkungan tradisi yang membesarkannya. Dengan demikian, secara ontologis-teologis, agama dan tradisi bisa dibedakan, tetapi pada praktiknya agama dan tradisi tak mungkin dipisahkan atau bahkan dibedakan.⁶

Gambar umat beragama Hindu melakukan ritual di goa istana



Dokumentasi peneliti

Temuan-temuan Penelitian

Temuan penelitian yang di peroleh dari beberapa pengunjung Taman Nasional Alas Purwo yaitu:

1. Faktor-faktor Orang Ke Alas Purwo

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa factor yang mendorong orang berkunjung ke Taman Nasional Alas Purwo yaitu:

a. Bersembahyang

Di Taman Nasional Alas Purwo sering dijadikan tempat bersembahyang baik bagi umat beragama Hindu maupun Islam, Di sana Terdapat Mushola Al Purwo yang dijadikan tempat sholat bagi umat beragama Islam dan pada malam satu suro juga dijadikan tempat istighosa bersama.

Sedangkan bagi umat beragama Hindu melakukan sembahyang di pura giri seloka dan pura situs kawitan serta di tepi pantai trianggulasi

b. Mencari ketenangan

⁶ Pungki Purnomo, 'Pengembangan Koleksi Kearifan Lokal (Local Content) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Peluang Dan Tantangan', *Al Maktabah*, 12.1 (2013).

Pengunjung yang datang juga ada yang mencari ketenangan dan tak jarang mereka menginap di Taman Nasional Alas Purwo.

c. Ritual dengan maksud tertentu

Tidak sedikit para pengunjung juga melakukan ritual dengan maksud tertentu dan tidak hanya pada malam satu suro, tetapi mereka datang pada hari tertentu yang dianggapnya sacral untuk melakukan ritual bagi kepercayaannya.

d. Rekreasi

Pengunjung dengan tujuan rekreasi sangat mendominasi dikarenakan pada buku tamu yang disediakan memang tercantum apa tujuan dari mereka berkunjung dan salah satunya adalah rekreasi, namun demikian tidak dipungkiri bahwasanya mereka yang berkunjung dan menulis maksudnya rekreasi, itu sebenarnya mereka juga menginap dan melakukan ritual juga.

Di Taman Nasional Alas Purwo memang menyediakan tempat wisata yang sangat indah, dari pintu masuk Rowobendo sudah mulai terasa kesejukan udara yang sangat alami. Jika kita mau melihat penyu terlebih dahulu di kanan jalan ada tempat pemberdayaan penyu dan juga pantai Bedul yang biasanya di buat untuk larungan sesaji sekaligus sebagai tempat penyebrangan masyarakat sekitar yang mencari rumput dan ikan. Sepedah motor pun juga bias ikut naik perahu untuk menyeberang.

Gambar pintu masuk Taman Nasional Alas Purwo



Dokumentasi peneliti

Kalau kita dari rowobendo lurus pertama kita akan melihat pura giri seloka di sebelah kiri pinggir jalan. Dan maju lagi di sebelah kiri ada pertigaan menuju safana sadengan dimana menyediakan berbagai macam binatang, yang terkenal adalah banteng dan rusa meskipun juga masih banyak binatang liar lainnya termasuk monyet yang tersebar di setiap

penjuru, meskipun banyak monyet yang berkeliaran kita dilarang memberi makanan kepada monyet tersebut, supaya tidak berketergantungan dan liar.

Gambar savanna sadengan



Dokumentasi peneliti

Setelah dari sadengan kita melihat pantai trianggulasi di sebelah kanan, di pantai ini selain pemandangannya yang indah juga sebagai tempat beribadah umat beragama Hindu pada acara tertentu.

Gambar pantai trianggulasi



Dokumentasi peneliti

Tempat parkir kendaraan terakhir berada di pantai pancur, nah disinilah banyak sekali orang melakukan tirakat, karena di pancur ini di sebelah kanannya terdapat tiga goa

andalan yang menjadi faforit untuk ritual yaitu goa istana, goa mayangkoro, dan goa padepokan.

Gambar arah menuju Goa

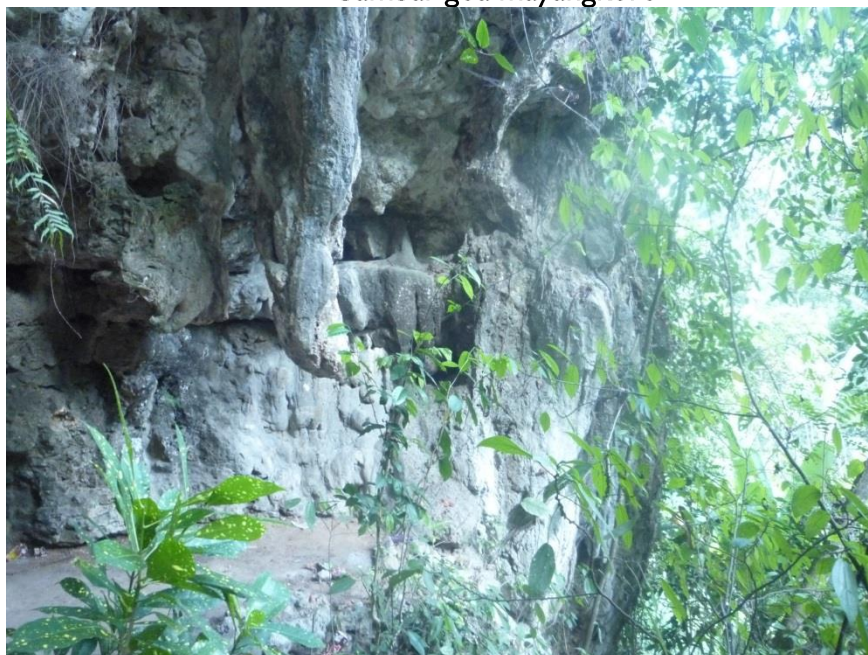


Sumber: dokumentasi peneliti

Dari pantai pancur menuju goa Istana kita jalan kaki sekitar dua kilo meter dan lumayan melelahkan bagi yang belum pernah kesana. Di depan goa istana terdapat sendang serngenge yang biasa untuk ritual.

Setelah sampai di goa istana di sebelah kiri menuju goa mayangkoro dan padepokan, tetap jalan kaki karena ga bias masuk meskipun sepeda motor, sampai di pertengahan jalan terdapat persimpangan yaitu sebelah kanan goa mayangkoro dan sebelah kiri goa padepokan. Dimana perjalanannya juga sangat extrim dimana di goa mayangkoro terdapat satu tangga yang bias di lewati oleh satu orang saja untuk dapat masuk di goa mayangkoro tersebut.

Gambar goa mayangkoro



Dokumentasi peneliti

Sedangkan di goa padepokan jalannya juga terjal harus melewati beberapa sungai, jika sungai pas banjir ya tidak bisa di lewati, jika musim kemarau bisa di lewati dan pas naik ke goa padepokan kita harus merayap untuk sampai di goa padepokan nya tersebut.

Gambar Goa Padepokan



Dokumentasi peneliti

Di pantai pancur juga menyediakan pemandangan yang sangat indah, di pantai terdapat batu karang dan tebing pantai yang sangat klasik dan biasa juga sebagai tempat ritual, di tepi pantai pancur juga terdapat sendang pancur, banyak pengunjung yang mendirikan tenda untuk bermalam di pantai pancur.

Gambar Resort Pancur sebagai tempat utama wisata



Dokumentasi peneliti

Untuk yang suka surfing di pantai plengkung sangat cocok karena gelombangnya sangat tinggi, dari pantai pancur menuju pantai plengkung, kita disediakan kendaraan masyarakat, per kendaraan bayar duaratu lima puluh ribu rupiah, itu sudah antar jemput pantai plengkung.

2. Pemicu orang ke alas purwo

a. Perekonomian sangat kurang

Disaat mereka yang berkunjung dengan maksud tertentu, mereka memilih untuk tinggal sementara bahkan ada yang tinggal berbulan bulan, itu dikarenakan mereka di rumahnya terlilit hutang atau sedang mengalami kebangkrutan.

Sehingga mereka melarikan diri ke Taman Nasional Alas Purwo Untuk mencari wangsit, menenangkan diri supaya terhindar dari kebisingan kota.

b. Bersemedi

Biasanya orang yang berkunjung dengan maksud bersemedi ini dia berkunjung secara pribadi bahkan mengajak temannya juga untuk melakukan ritual di goa-goa dan di tepi antai Pancur.

Gambar orang melakukan semedi di pancur



Dokumentasi peneliti

c. Perekonomian meningkat

Setelah dirasa cukup dan mendapat wangsit yang telah di yakini, barulah mereka turun gunung atau menyudahi tirakatnya atau semedinya.

Gambar sekelompok orang melakukan ritual



Dokumentasi peneliti

d. Kehidupan di masyarakat lebih terpancang

Setelah mempunyai keyakinan apa yang telah di dapat dari Alas Purwo, mereka berkeyakinan kehidupannya bakalan mapan dan di pandang oleh masyarakat banyak. Bahkan mereka yang sudah berkeyakinan kembali lagi ke alas purwo sesuai hari yang telah mereka yakini dan itu dilakukan secara kontinyu.

Gambar kearifan local antara umat beragama dengan keyakinan yang sama



Dokumentasi peneliti

Kesimpulan

Pada dasarnya orang yang berkunjung ke Taman Nasional Alas Purwo merupakan orang yang sering melakukan meditasi dari luar kota Banyuwangi dan kembali lagi berkunjung ke Taman Nasional Alas Purwo dengan mengajak temannya yang sudah di pengaruhinya, nah di sinilah terjadi pemasaran tradisional yang sangat efektif untuk mendorong orang lain berkunjung ke Taman Nasional Alas Purwo.

Selain itu banyak juga wisatawan yang berkunjung dengan niat *refreshing* mencari hiburan di alam bebas, dikarenakan Taman Nasional Alas Purwo masih sangat alami dan udaranya sangat sejuk, pemandangannya juga indah, serta bagi yang mau berselancar, gelombang di plengkung juga sangat mendukung. Sehingga dapat menambah jumlah pengunjung dari tahun ketahun semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, Sjarifuddin. t.t. "Implementasi Kebijakan Sektor dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan oleh Perspektif Penataan Ruang". www.penataanruang.net/taru/Makalah/DirjenPR-pariwisata.pdf.
- Balai Taman Nasional Alas Purwo 2018, 'Renstra, Renja dan RPJP TNAP 2015-2025'.
- Biati, Lilit, Abdul Aziz, and Moh Imam Khauldi, 'PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA KLENIK TAMAN NASIONAL ALAS PURWO DI KABUPATEN BANYUWANGI', LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan, 14.1 (2020), 55–72
- Bungin Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Creswell, , John W., 2014. *Research Design Qualitative, Quantitative Approaches and Mixed Methods*. SAGE Publication, Inc. USA
- Deddy Prasetya Maha Rani 2014, Jurnal dengan judul Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (studi Kasus: Pantai Lombang)
- Departemen Budaya dan Pariwisata. 2009. *Bali Tourism Sattelite Account 2007*. Jakarta.
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya. 2007. "Pengembangan Pariwisata Indonesia (Sabtu, 8 Desember 2007)". <http://pariwisata.jogja.go.id/index/extra.detail/1689/pengembangan-pariwisata-indonesia.html>. Yogyakarta.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Penerbit Bumi Aksara Jakarta.
- Gobyah, I K, 'Pengenalan Keraifan Lokal Indonesia', Rineka Cipta, 2009
<http://novian25.blogspot.com/2012/03/local-wisdom-di-indonesia.html>
<https://nasional.sindonews.com/berita/1272968/18/agama-dan-tradisi>
- Kusworo, Hendrie Adji. t.t. "Menyambung Rantai Putus Pariwisata Indonesia". www.budpar.go.id/page.php?ic=543&id=788. Yogyakarta :Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Edisi Ketiga Belas' (Terjemahan Bob Sabran, MM,. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)
- Mahmuddin, Mahmuddin, 'Religion, Radicalism and National Character: In Perspective of South Sulawesi Local Wisdom', ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin, 18.2 (2017), 201–12
- Maleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Manacika, I Ketut. 2010. "Dampak Pariwisata Terhadap Permintaan Output Sektor Pertanian di Provinsi Bali" (tesis). Denpasar: Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.



- Miller, R.E & Blair, P.D. 1985, Input-Output Analysis, Foundation and Extensions, New Jersey: Printice-Hall, Inc, Englewood Cliffs.
- Mulyaningrum. 2005. “Eksternalitas Ekonomi dalam Pembangunan Wisata Alam Berkelanjutan. Studi Kasus pada Kawasan Wisata Alam Baturaden-Purwokerto, Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah”. Jurnal Penelitian UNIB, Vol. XI, No. 1. Bengkulu: Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu.
- Purnomo, Pungki, ‘Pengembangan Koleksi Kearifan Lokal (Local Content) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Peluang Dan Tantangan’, Al Maktabah, 12.1 (2013)
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran jilid I, edisi 13, Penerbit Erlangga
- Riszki Anjarsari Prihaditama 2016, Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul Fenomena Klenik Dalam Politik.
- Santosa, Setyanto. P. 2007. “Pengembangan Pariwisata Indonesia”.
- Sihite R, 2000. *Tourism Industri (Kepariwisataaan)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Soekadijo, R.G, 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Spillane, James. 1987. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius
- Syarifuddin, Didin, ‘Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata’, Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure, 15.1 (2018), 19–32
- UU nomor 10 tahun 2009, ‘tentang kepariwisataan’.

