

**ANALYSIS OF OSING CULTURAL TOURISM PRODUCT MANAGEMENT TO STRENGTHEN SMART
TOURISM IN TOURISM VILLAGES OF BANYUWANGI REGENCY**
(ANALISIS PENGELOLAN PRODUK WISATA BUDAYA OSING DALAM UPAYA PENGUATAN
SMART TOURISM DI DESA WISATA KABUPATEN BANYUWANGI)

Bebby Dwi Febriyanti*, Bitsyi Naviri Ismaniar, Khoirunisa
Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

Article Info

Article Info

Submitted:
21 November 2025
Accepted:
23 December 2025
Published:
30 December 2025

Corresponding Author:

First Author Name
Bebby Dwi Febriyanti
*bebydwi@poliwangi.ac.id

Abstract

The analysis of cultural tourism product management in Kemiren, Tamansari, and Gintangan villages is crucial for promoting sustainable, technology-driven smart tourism. This study aims to compare the management of Osing cultural tourism products across these three villages in Banyuwangi Regency to strengthen smart tourism initiatives grounded in local wisdom. Using a qualitative comparative approach, data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The findings indicate that while all three villages possess distinctive tangible and intangible cultural assets, they differ in management strategies, community participation, government support, and digital information implementation. Kemiren stands out for cultural preservation and digital promotion, Tamansari for integrating nature tourism with culinary heritage, and Gintangan for its innovative potential, albeit with a need for digital capacity building. The study underscores the significance of combining cultural preservation with technology to ensure the sustainability and competitiveness of cultural tourism in the digital era.

Keywords: Osing culture, tourism village, smart tourism, cultural preservation, digitalization

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperluas kesempatan kerja. Melalui pengembangan destinasi wisata yang dikelola dengan baik, masyarakat lokal dapat memperoleh manfaat ekonomi langsung, misalnya melalui usaha kuliner, homestay, pemandu wisata, hingga industri kreatif berbasis budaya. Selain itu, pariwisata juga berfungsi sebagai sarana pelestarian nilai-nilai budaya dan lingkungan apabila dikelola secara berkelanjutan (Leonandri & Rosmadi, 2023; Zunaidi et al., 2024). Keberhasilan pengembangan sektor pariwisata sangat bergantung pada kolaborasi yang sinergis antara berbagai pihak (Umiyati & Tamrin, 2021). Oleh karena itu, semua pihak seharusnya memberikan perhatian serius terhadap potensi wisata yang dimiliki di setiap wilayah, karena pengembangan wisata berbasis masyarakat akan memberikan dampak positif yang luas.

Indonesia merupakan negara kaya akan sumber daya alam, sejarah, dan budaya, yang menjadi penunjang utama sektor pariwisata. Budaya memegang peranan penting dalam membentuk identitas dan nilai suatu masyarakat, sekaligus menjadi daya tarik utama dalam pariwisata. Pelestarian budaya tidak hanya menjaga warisan leluhur, tetapi juga mempertahankan keunikan lokal yang mendukung keberlanjutan destinasi. Teja dan Berutu (2025) menegaskan bahwa budaya menyediakan identitas dan pengalaman otentik yang tidak dapat digantikan oleh atraksi lain, sehingga menjadi unsur penting dalam pengembangan wisata berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Muhamad dan Santosa (2023) menyatakan bahwa seni dan budaya lokal berperan menguatkan karakter destinasi dan mendorong keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, budaya menjadi aset strategis yang menyatukan pelestarian, penguatan ekonomi, dan keberlanjutan sosial.

Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi budaya lokal yang dikenal sebagai budaya Osing. Eksistensi budaya Osing dihargai tidak hanya sebagai komoditas material, melainkan sebagai upaya memberi makna pada warisan budaya dengan menelusuri nilai-nilai positif yang

membantu menemukan identitas bangsa (Nisak et al., 2023). Budaya Osing merupakan warisan masyarakat asli Banyuwangi yang hingga saat ini masih terjaga dan dilestarikan (Prasetyo, 2017). Nilai-nilai budaya tersebut, seperti tradisi, bahasa, seni, dan upacara adat, dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Wulandari & Santoso, 2019). Beberapa desa wisata berbasis budaya Osing antara lain Desa Wisata Tamansari dan Desa Wisata Kemiren. Desa wisata adalah

Keberadaan budaya Osing yang masih lestari di masyarakat Tamansari dan Kemiren menjadi potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk wisata budaya yang unik. Hal ini terbukti dari penghargaan yang diterima kedua desa tersebut. Menurut Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur (2024), Desa Wisata Adat Osing Kemiren meraih juara 2 Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024 (Detik Jatim, 2024), sedangkan Desa Wisata Tamansari meraih penghargaan ASEAN Tourism Standard 2023 (Detik Jatim, 2023). Desa wisata tersebut tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai ruang hidup budaya yang merepresentasikan identitas masyarakat Osing (Prasetyo, 2017). Namun, dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan modernisasi pariwisata, muncul tantangan seperti komersialisasi budaya dan menurunnya keterlibatan generasi muda dalam praktik tradisional (Wibowo & Santoso, 2019).

Teknologi menjadi solusi penting untuk menjaga keberlanjutan sektor pariwisata dan ekonomi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam inovasi pariwisata dikenal sebagai *smart tourism* atau pariwisata cerdas (Amalia et al., 2023). Perkembangan digital mendorong terciptanya *smart tourism*, seiring perubahan tuntutan wisatawan yang menginginkan pengalaman lebih interaktif.

Konsep *smart* dalam pengembangan *smart tourism* muncul sebagai hasil kemajuan teknologi dan informasi yang memungkinkan terciptanya layanan pariwisata yang terhubung dan berbasis data (Gajdosik, 2018). Sebagai sebuah ekosistem modern, *smart tourism* tidak hanya bertujuan meningkatkan efektivitas pengelolaan destinasi, tetapi juga membuka ruang bagi inovasi baru melalui pemanfaatan teknologi yang mampu menciptakan pengalaman berwisata yang lebih

cerdas, personal, dan interaktif bagi wisatawan (Femenia-Serra & Neuhofer, 2019). Oleh karena itu, *smart tourism* menjadi elemen kunci bagi destinasi untuk tetap responsif dan kompetitif dalam era digital. Pendekatan *smart tourism* dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk membangun citra atau identitas suatu destinasi pariwisata. Salah satu bentuk penerapannya terlihat melalui digitalisasi dalam pengembangan kegiatan dan layanan pariwisata (Mumtaz & Karmilah, 2021). Konsep ini memungkinkan interaksi lebih optimal antara wisatawan dan penyedia layanan, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi pariwisata berbasis inovasi dan teknologi cerdas (Hanum, 2020).

Produk wisata budaya Osing menjadi salah satu daya tarik utama desa wisata di Banyuwangi. Produk tersebut dapat dikategorikan menjadi *tangible* (berwujud) dan *intangible* (tidak berwujud) (Kartika et al., 2024). Produk *tangible* mencakup bangunan tradisional, kerajinan tangan, pakaian adat, dan artefak, sedangkan produk *intangible* meliputi tradisi lisan, seni pertunjukan, dan adat istiadat. Kedua jenis produk ini saling melengkapi dan memberikan pengalaman wisata yang autentik dan bermakna. Oleh karena itu, pengelolaan produk wisata budaya perlu dilakukan secara terpadu untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

Untuk mewujudkan pariwisata yang adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus tetap mengedepankan kearifan lokal, pengelolaan produk wisata budaya oleh desa wisata sangat penting. Desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai destinasi, tetapi juga sebagai pusat pelestarian dan penyebaran kearifan lokal. Kemampuan desa dalam mengelola produk wisata budaya Osing menjadi penentu keberhasilan integrasi budaya ke dalam konsep *smart tourism*. Konsep ini memadukan pelestarian budaya dengan pemanfaatan teknologi informasi untuk menciptakan layanan wisata yang tepat guna. Penelitian terkait pengelolaan produk wisata budaya Osing menjadi penting sebagai dasar pengembangan model *smart tourism* berbasis kearifan lokal.

Pengelolaan produk wisata budaya Osing di Banyuwangi menunjukkan keragaman pendekatan yang dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya

manusia, partisipasi masyarakat, dukungan lembaga, serta akses terhadap teknologi dan infrastruktur pariwisata. Setiap desa wisata memiliki karakteristik dan strategi pengelolaan yang berbeda, tergantung pada tingkat keterlibatan masyarakat, kapasitas sumber daya lokal, dan dukungan pemerintah maupun lembaga swasta. Pendekatan yang holistik dan partisipatif diperlukan agar pengembangan wisata budaya tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mampu mempertahankan keaslian budaya dan memperkuat identitas masyarakat Osing.

Dari beberapa desa wisata di Banyuwangi, dalam penelitian ini diarahkan untuk meneliti produk wisata budaya dan pengelolaannya untuk mendukung *smart tourism* di tiga desa wisata yaitu Kemiren, Tamansari, dan Gintangan. Kemiren dan Tamansari merupakan desa wisata kategori desa maju oleh kemenpar. Sedangkan Gintangan masih dalam kategori berkembang. Namun, ketiga desa ini sama-sama dari etnis Osing. Analisis terhadap produk wisata budaya dan pengelolaannya di Desa Kemiren, Tamansari, dan Gintangan menjadi sangat penting mengingat peran sentral desa-desa tersebut dalam pelestarian budaya Osing sekaligus pengembangan pariwisata berbasis teknologi. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana produk budaya dikelola, mulai dari atraksi fisik maupun tradisi non-fisik, partisipasi masyarakat, hingga dukungan kelembagaan, diperlukan untuk merancang strategi *smart tourism* yang efektif. Pendekatan ini memungkinkan pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi untuk meningkatkan aksesibilitas, promosi, dan pengalaman wisatawan, sekaligus memastikan keberlanjutan budaya dan ekonomi lokal. Dengan demikian, studi ini berfungsi sebagai dasar penting dalam merumuskan kebijakan dan praktik pengelolaan desa wisata yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pembangunan pariwisata cerdas.

Selain itu, peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pembekalan pengetahuan tentang manajemen wisata, pemasaran digital, dan pelayanan wisata menjadi kunci keberhasilan pengelolaan desa wisata. Pemanfaatan teknologi informasi, seperti aplikasi reservasi, panduan digital, dan platform promosi daring, memungkinkan interaksi yang lebih efektif antara

wisatawan dan pengelola desa, sekaligus mendorong inovasi dalam pengembangan produk wisata budaya. Dengan strategi pengelolaan yang adaptif dan berbasis masyarakat, desa wisata di Banyuwangi dapat menghadapi tantangan modernisasi, meningkatkan daya saing, dan tetap menjaga keberlanjutan budaya Osing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pengelolaan produk wisata budaya Osing di tiga desa wisata, yakni Kemiren, Tamansari, dan Gintangan. Analisis ini diarahkan untuk mengidentifikasi jenis produk wisata budaya *tangible* dan *intangible*, tingkat partisipasi masyarakat, dukungan kelembagaan, serta strategi promosi dan digitalisasi informasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai praktik pengelolaan desa wisata berbasis budaya, sekaligus menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat digunakan oleh pemerintah, pelaku wisata, dan komunitas lokal untuk memperkuat pelestarian budaya Osing sekaligus meningkatkan daya tarik wisata dan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi komparatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan holistik (Moleong, 2017; Sugiyono, 2019), sedangkan studi komparatif dilakukan untuk membandingkan fenomena serupa di beberapa lokasi dengan tujuan menemukan kesamaan dan perbedaan pola pengelolaan (Rahmawati & Budiarti, 2022). Kualitatif menitikberatkan pada pemahaman secara mendalam terhadap suatu fenomena sosial dengan menggunakan pendekatan deskriptif serta analisis yang bersifat interpretatif (Sari, et al., 2025). Studi komparatif kualitatif (Rahmawati & Budiarti, 2022) merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk membandingkan dua atau lebih fenomena sosial, budaya, atau organisasi secara mendalam guna menemukan persamaan, perbedaan, dan pola-pola makna di dalam konteks tertentu. Fokus utama bukan pada pengukuran statistik, melainkan pada pemahaman interpretatif terhadap konteks dan

pengalaman subjek penelitian. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam perbedaan dan kesamaan pola pengelolaan produk wisata budaya berbasis kearifan lokal Osing di tiga desa wisata, yakni Desa Kemiren, Desa Tamansari, dan Desa Gintangan. Studi komparatif dilakukan untuk menilai tingkat kesiapan dan efektivitas pengelolaan wisata budaya di masing-masing desa. Penelitian dilakukan di tiga desa wisata budaya Osing di Kabupaten Banyuwangi, yaitu Desa Kemiren, Desa Tamansari, dan Desa Gintangan. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa ketiga desa memiliki potensi budaya Osing. Subjek penelitian meliputi pengelola wisata (Pokdarwis dan BUMDes), pelaku budaya, serta masyarakat lokal yang terlibat langsung dalam aktivitas pariwisata.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik: Wawancara mendalam dengan Pokdarwis dan pelaku budaya Osing untuk memperoleh informasi tentang pengelolaan produk wisata budaya yang dapat mendukung penerapan smart tourism. Observasi partisipatif terhadap kegiatan wisata budaya dan sistem pengelolaan di masing-masing desa. Analisis data dilakukan secara deskriptif komparatif melalui tiga tahapan: Reduksi data, yaitu memilah informasi yang relevan terkait jenis produk wisata budaya Osing, pengelolaan, dan promosi. Penyajian data, dengan memetakan hasil temuan dalam bentuk tabel perbandingan dan deskripsi antar desa. Penarikan kesimpulan, dengan mengidentifikasi tingkat kesiapan masing-masing desa dalam mendukung penguatan smart tourism berbasis budaya Osing. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan teknik, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai pihak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada tiga desa wisata di Banyuwangi yang merepresentasikan karakteristik budaya Osing dengan tingkat perkembangan pariwisata yang berbeda, yaitu Desa Kemiren, Desa Tamansari, dan Desa Gintangan. Ketiga desa tersebut memiliki potensi budaya yang kuat, namun menunjukkan variasi dalam bentuk produk wisata, pola pengelolaan, serta strategi pelestarian dan promosi. Kajian komparatif ini bertujuan untuk

mengidentifikasi sejauh mana ketiga desa tersebut mengelola produk wisata budaya Osing, baik yang bersifat *tangible* (berwujud, seperti seni pertunjukan, kuliner, dan kerajinan) maupun *intangible* (tak berwujud, seperti nilai, ritual, dan tradisi adat), dalam kerangka penguatan smart tourism.

Pembahasan dalam artikel ini mencakup tiga aspek utama, yaitu: (1) bentuk produk budaya yang diangkat oleh masing-masing desa wisata, (2) pengelolaan yang diterapkan dalam mendukung keberlanjutan pariwisata, dan (3) strategi pelestarian serta promosi produk budaya Osing.

Produk Wisata Budaya Osing

Produk wisata budaya Osing tidak dapat dipisahkan dari kerangka pelestarian budaya yang dikembangkan UNESCO, terutama sejak penetapan Batik Indonesia sebagai Warisan Budaya Takbenda Manusia pada 2009. Penetapan ini menegaskan bahwa kekayaan budaya tidak hanya terletak pada artefak fisik, tetapi juga pada kreativitas, nilai spiritual, dan pengetahuan tradisional yang menyertainya. Dalam perspektif UNESCO, warisan budaya benda (*tangible*) seperti bangunan, situs, dan lanskap budaya harus dipahami secara terpadu dengan warisan budaya takbenda (*intangible*) yang mencakup tradisi, seni pertunjukan, ritual, serta keterampilan lokal yang diwariskan antar generasi. Pendekatan integratif ini menekankan bahwa pelestarian budaya tidak cukup berfokus pada bentuk material, sebab nilai dan makna yang bersifat takbenda justru memberi kehidupan pada warisan berwujud tersebut. Dalam konteks pariwisata, kedua dimensi ini kemudian diolah menjadi produk wisata budaya yang membangun pengalaman wisata yang utuh: unsur *tangible* memberikan bentuk fisik yang dapat diamati, sedangkan unsur *intangible* memperkaya pemahaman, emosi, dan keterlibatan wisatawan. Keduanya menjadi fondasi penting dalam pengembangan wisata budaya yang berkelanjutan, karena memastikan keseimbangan antara pelestarian identitas lokal dan pemanfaatan ekonomi bagi masyarakat. Berdasarkan prinsip tersebut, perbandingan produk wisata budaya di ketiga desa berikut merujuk pada klasifikasi

UNESCO mengenai warisan budaya benda dan takbenda.

Tabel 1. Produk Wisata Budaya

Jenis Produk Wisata Budaya	Kemiren	Tamansari	Gintangan
1. <i>Tangible</i>			
a. Situs	1	0	1
b. Bangunan	1	1	0
c. Monumen Bersejarah	0	0	0
d. Kuliner	1	1	1
e. Kerajinan tangan	0	0	1
f. Alat musik tradisional	1	0	0
2. <i>Intangible</i>			
a. Seni Tari	1	1	1
b. Seni Musik	1	1	1
c. Upacara adat	1	1	0
d. Tradisi	1	1	1
e. Adat istiadat	1	0	0
f. Ritual	1	1	1
Jumlah	10	7	7

Sumber: (Hasil olahan peneliti, 2025)

Hasil identifikasi produk wisata budaya pada tiga desa wisata Osing menunjukkan perbedaan karakteristik yang cukup signifikan antara Kemiren, Tamansari, dan Gintangan. Desa Kemiren menempati posisi paling unggul dengan total skor 10, yang mengindikasikan keberagaman dan kelengkapan produk budaya baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible*. Kemiren memiliki situs berupa petilana atau makam yang menjadi sesepuh yang dituakan oleh wilayah tersebut yaitu Buyut Cili. Kemiren juga memiliki atraksi wisata berupa bangunan rumah adat Osing. Kuliner khas yang menjadi andalan desa Kemiren antara lain *sego tempong*, *sego cawuk*, *pecel pitik*, *jenang selo*, *ayam kesrut*. Alat musik tradisional di Kemiren berupa *lesung*. Lesung pada dasarnya adalah alat tradisional yang digunakan untuk menumbuk padi, namun dalam konteks budaya Kemiren, lesung diadaptasi menjadi instrumen musik yang dimainkan secara kolektif oleh masyarakat, terutama perempuan. Musik yang dihasilkan dari lesung disebut *tikelan* atau *gejogan lesung*, yaitu ritme yang tercipta dari pukulan alu (penumbuk padi) pada badan lesung kayu yang besar dan panjang. Seni tari di Kemiren yang paling kuat

adalah tari *Gandrung* dan *Jaran Goyang*, sedangkan seni musik seperti *angklung paglak*. Kemiren memiliki tradisi berupa *Mocoan Lontar*, memiliki pula adat istiadat mengenai perkawinan yang disebut dengan istilah *angkat-angkatan*, *colongan*, *ngelebani*, dan ritual yang ada di Kemiren *Barong Ider Bumi* dan *Tumpeng Sewu*.

Desa Tamansari memperoleh total skor 7, dengan pola distribusi yang relatif seimbang antara produk *tangible* dan *intangible*. Keberadaan bangunan tradisional dan kuliner khas menunjukkan bahwa desa ini memiliki potensi pengembangan wisata budaya berbasis fisik, meskipun tidak memiliki situs budaya maupun alat musik tradisional yang teridentifikasi. Pada aspek *intangible*, Tamansari memiliki bangunan ikonik sebagai daya tarik wisata budaya yakni Taman Gandrung Terakota. Taman Gandrung Terakota merupakan kawasan wisata budaya yang dibangun sebagai ruang apresiasi seni dan pelestarian identitas masyarakat Osing di Banyuwangi. Selain menghadirkan instalasi seni permanen, taman ini juga menjadi lokasi berbagai pertunjukan budaya, sehingga berperan penting dalam pelestarian seni tradisional dan pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan. Kuliner khas Tamansari adalah *kue cucur*, *pecel pitik*, *uyah asem kesrut*. Produk *intangible* yang dimiliki untuk kesenian adalah *tari gandrung* dan *jaranan*, seni musik seperti *kuntulan* dan *campur sari*. Upacara adat yang terdapat di Tamansari adalah *Meras Gandrung*. Prosesi Meras Gandrung biasanya meliputi doa bersama, penyajian sesajen, penggunaan air atau bunga sebagai simbol penyucian, serta penyampaian nasihat adat. Tradisi di Tamansari yakni *Slametan Kampung*, sedangkan ritual budaya di Tamansari yakni *Kungkum Malam 1 Suro*.

Desa Gintangan juga memperoleh skor 7, namun dengan karakteristik berbeda dibanding Tamansari. Pada kategori *tangible*, Gintangan memiliki situs budaya, kuliner khas, serta kerajinan tangan, yang memperlihatkan potensi ekonomi kreatif dan representasi fisik budaya lokal. Berbeda dengan dua desa lainnya, Gintangan tidak memiliki bangunan tradisional maupun alat musik tradisional yang teridentifikasi. Adapun situs yang terdapat di Gintangan adalah petilasan Wong Agung Wilis yang berada di puncak bukit di Dusun

Gumukagung. Kuliner khas yang menjadi andalan Gintangan adalah *bekamal*, *sego jajang*, dan *tempe lanang*. Kerajinan tangan yang terdapat di Gintangan berupa kerajinan berbahan dasar bambu, seperti *wayang bambu*. Banyak masyarakat setempat yang pada akhirnya membuka usaha berupa oleh-oleh kerajinan tangan berbahan dasar bambu. Sebagaimana *branding* desa Gintangan adalah desa bambu. Seni, di Gintangan adalah *tari gandrung*, *janger*, dan *barong*. Seni musiknya berupa *terbangan* dan *tetek*. Tradisi yang diadakan rutin di Gintangan antara lain *bersih desa*, *mocoan lontar*, dan *pertunjukan wayang bambu*. Sedangkan ritual yang ada di Gintangan adalah *tumpengan* dan *napak tulas agung wilis*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemiren merupakan pusat pelestarian budaya Osing yang paling lengkap, Tamansari lebih menonjol dalam revitalisasi budaya melalui ruang apresiasi seni, dan Gintangan berkembang sebagai desa kreatif berbasis identitas bambu dan warisan situs sejarah.

Pengelolaan Produk Wisata Budaya Osing

Pengelolaan produk wisata budaya merupakan upaya penting dalam mempertahankan sekaligus memajukan potensi budaya lokal agar dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan edukatif bagi masyarakat. Di Kabupaten Banyuwangi, budaya Osing menjadi identitas daerah yang memiliki nilai sejarah dan kearifan lokal tinggi.

Tabel 2. Skor Kategori Pengelolaan

Skor	Deskripsi Terukur
1 – Sangat Rendah	Tidak ada struktur organisasi yang jelas; tidak ada kegiatan rutin; laporan keuangan tidak terdokumentasi; tidak ada kolaborasi eksternal; lembaga bersifat pasif.
2 – Rendah	Struktur organisasi ada tetapi tidak berjalan; program tahunan tidak terlaksana; dokumentasi kegiatan minim; transparansi rendah; kolaborasi hanya sporadis dan tidak berkelanjutan.
3 – Cukup	Struktur organisasi berjalan dasar; terdapat beberapa kegiatan budaya tahunan; dokumentasi ada meski belum konsisten; kolaborasi terbatas; tata kelola belum terstandar.
4 – Baik	Struktur kelembagaan solid dan pelaksanaan program terencana;

Skor	Deskripsi Terukur
5 – Sangat Baik/Optimal	dokumentasi lengkap; transparansi baik; aktif menjalin kolaborasi; kegiatan budaya rutin berjalan; ada inovasi dalam pengelolaan. Kelembagaan sangat matang dan partisipatif; program terukur dan berkelanjutan; laporan lengkap dan transparan; kolaborasi luas dengan pemerintah, swasta, dan perguruan tinggi; menjadi <i>role model</i> .

Sumber: (Hasil olahan peneliti, 2025)

Berdasarkan kategorisasi skor di atas terkait dengan pengelolaan produk wisata budaya di tiga desa wisata Banyuwangi, untuk Desa Kemiren mendapat skor 5 – Sangat Baik. Hal ini ditunjukkan dengan struktur organisasi yang dimiliki oleh Desa Kemiren sudah berupa kelembagaan yang aktif dalam yang diwujudkan melalui adanya Pokdarwis dan Bumdes. Kedua organisasi tersebut berperan dengan baik untuk mempromosikan dan menjaga kelestarian produk wisata budaya yang dimiliki. Dukungan pemerintah yang diberikan kepada Desa Kemiren juga sangat baik, dari Kementerian Pariwisata serta pemerintah daerah banyak memberikan bantuan untuk memajukan potensi yang dimiliki Kemiren berupa bantuan pendanaan maupun pelatihan. Kemiren juga ditetapkan pemerintah sebagai desa wisata percontohan. Masyarakat Kemiren juga berpartisipasi aktif di pengelolaan produk wisata budaya Osing. Hal ini ditunjukkan dengan adanya banyak sanggar seni tari maupun musik di Kemiren yang turut melestarikan budaya penciri Osing, melibatkan juga karang taruna Mekarsari. Bahkan, di Kemiren juga ada pasar mingguan yang menyediakan kuliner khas Osing yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Beberapa festival upacara adat maupun tradisi, pelaksanaannya merupakan bentuk swadaya masyarakat Kemiren. Kemiren juga telah banyak melakukan kegiatan kolaborasi untuk kelestarian wisata budayanya yakni dengan melibatkan pihak luar seperti usaha perjalanan wisata yang memasukkan paket untuk dapat menikmati wisata budaya Osing, beberapa perusahaan dalam bentuk CSR seperti Angkasa Pura, Astra, BI. Perguruan tinggi menjalin kerja sama dengan Desa Adat Kemiren untuk melakukan penelitian dan

pelestarian budaya Using secara berkelanjutan. Selain itu, juga program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan desa wisata budaya. Mahasiswa dan dosen terlibat dalam kegiatan kolaboratif di Kemiren untuk memperkuat dokumentasi tradisi serta mengembangkan inovasi produk wisata lokal. Kolaborasi antara influencer dan Desa Kemiren terjalin dalam upaya memperkuat promosi budaya Osing melalui media sosial. Influencer berperan sebagai jembatan yang mengenalkan tradisi, kuliner, dan keunikan arsitektur desa kepada audiens yang lebih luas. Hubungan kolaboratif ini tidak hanya memberikan manfaat bagi desa dalam menarik wisatawan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi influencer melalui penyediaan materi konten yang menarik dan berdaya tarik tinggi. Dengan demikian, kerja sama ini menjadi bentuk sinergi yang saling menguntungkan antara masyarakat lokal dan dunia digital.

Desa Tamansari dari segi pengelolaan produk wisata budaya Osing mendapatkan skor 4 – Baik. Tidak jauh berbeda dengan Kemiren, Tamansari juga sudah memiliki organisasi yang aktif untuk wisatanya. Adapun organisasi yang ada antara lain Pokdarwis, lembaga desa wisata, dan Bumdes. Dari jumlah organisasi, Tamansari memang lebih unggul. Ketiga organisasi tersebut sudah terstruktur dengan baik dan juga sudah aktif untuk menjalankan fungsi dan tugasnya masing-masing. Dengan latar belakang kondisi alam Tamansari, dukungan yang diberikan oleh pemerintah sudah ada, namun cenderung ke arah wisata alam daripada wisata budayanya. Tamansari memang merupakan desa wisata yang menjadi pintu masuknya wisata Ijen. Keterlibatan masyarakat ke produk wisata budaya dapat dikatakan kurang. Hal ini dikarenakan tidak semua Masyarakat Tamansari dominan Osing, melainkan banyak juga etnis Jawa dan Madura. Sehingga keterlibatan masyarakat untuk produk wisata budaya dapat dikatakan kurang, masyarakat cenderung aktif ke wisata alam. Meskipun demikian, di Tamansari juga masih ada sanggar seni budaya Osing, salah satunya Turonggo Sakti yang berkontribusi di tari dan musik. Sehingga dengan adanya sanggar seni tersebut, kegiatan budaya Osing masih dapat berjalan dan di Tamansari. Tamansari juga berkolaborasi dengan

pihak ketiga seperti usaha perjalanan wisata, investor, dan CSR dengan BCA. UPW akan membantu menawarkan paket wisata budaya, sedangkan investor menyediakan ruang melalui Pembangunan Taman Gandrung Terakota yang menjadi simbol pusat kegiatan budaya meras gandrung, serta BCA yang memberikan bantuan melalui pelatihan peningkatan SDM pengelola wisata serta pendanaan untuk kegiatan-kegiatan penunjang lain. Tamansari juga bekerja sama dengan perguruan tinggi untuk penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat. Tamansari juga telah melakukan kolaborasi dengan influencer lokal untuk mempromosikan daya tarik wisatanya.

Desa Gintangan berada di skor 3 – Cukup untuk pengelolaan produk wisata budaya Osing juga dari segi pengelolaan sudah terbentuk Pokdarwis dan Bumdes. Keduanya juga telah aktif dan terlibat di pengembangan wisata. Pokdarwis telah membuat agenda rutin kegiatan tahunan yakni festival bambu yang menjadi unggulan desa. Kegiatan budaya lain memang tidak dijadwalkan secara pasti, melainkan mengikuti penghitungan khusus seperti serangkaian tradisi bersih desa. Dukungan pemerintah menyangkut produk wisata budaya belum terlihat kuat, hanya ke festival bambu saja yang paling terlihat baik dukungannya. Keterlibatan masyarakat juga tidak begitu optimal untuk kegiatan produk wisata budaya. Tradisi wisata budaya tetap berjalan dengan adanya sanggar tari dan musik, serta peran individu yang peduli pada budaya. Respons baik ditunjukkan masyarakat melalui aktivitas ekonomi kerajinan tangan dari bambu. Sehingga, seperti kuliner andalan yang dimiliki oleh Tamansari yakni bekamal dan sego Jajang sulit ditemukan apabila tidak dalam acara tertentu. Tidak ada masyarakat yang menjual setiap saat untuk dapat dinikmati wisatawan. Sehingga, untuk dapat menikmati beberapa kuliner dan tradisi, wisatawan harus meminta kepada penyedia jasa layanan wisata yang dikelola oleh pokdarwis setempat ataupun UPW pihak ketiga. Kolaborasi Gintangan dengan pihak ketiga juga dikatakan cukup, CSR dengan BRI serta perguruan tinggi telah dilakukan. Hanya saja memang belum begitu maksimal apabila dibandingkan dengan Tamansari, padahal Gintangan dominan masyarakat Osing lebih kuat.

Secara kelembagaan, ketiga desa Kemiren, Tamansari, dan Gintangan telah memiliki BUMDes dan Pokdarwis yang aktif, namun Kemiren menunjukkan sistem kelembagaan yang lebih matang dan terarah dalam mendukung pengembangan wisata budaya. Dukungan pemerintah juga paling kuat di Desa Kemiren, karena sering dijadikan model percontohan desa wisata budaya, sedangkan Tamansari mendapat dukungan yang lebih terfokus pada wisata alam, dan Gintangan masih memerlukan optimalisasi dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata budaya lokal.

Pelestarian dan Promosi Produk Wisata Budaya Osing

Pelestarian dan promosi produk wisata budaya Osing merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan identitas lokal sekaligus memperkuat daya tarik wisata Banyuwangi di era digital. Budaya Osing, dengan kekayaan tradisi, kesenian, dan nilai sosialnya, menjadi fondasi utama pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal. Upaya pelestarian tidak hanya dilakukan melalui pelaksanaan ritual dan seni pertunjukan secara rutin, tetapi juga melalui inovasi digital dan dokumentasi budaya yang mendukung konsep *smart tourism*.

Tabel 3. Pelestarian dan Promosi

Aspek	Kemiren	Tamansari	Gintangan
Media Promosi			
a. Media Sosial			
1) Instagram	1	1	1
2) Tiktok	1	1	1
3) Facebook	1	1	1
4) X (twitter)	1	0	0
5) Youtube	1	1	0
b. Website	1	0	0
Digitalisasi Informasi			
a. Katalog Digital	1	1	0
b. Video Promosi	1	1	1
Jumlah	8	6	4

Sumber: (Hasil olahan peneliti, 2025)

Berdasarkan data yang disajikan, Desa Kemiren menempati posisi paling unggul dengan total skor 8, menunjukkan bahwa desa ini memiliki pemanfaatan media promosi digital yang paling

lengkap dan beragam. Kemiren menggunakan hampir seluruh platform media sosial populer, termasuk Instagram, TikTok, Facebook, X (Twitter), dan YouTube, serta dilengkapi dengan website resmi sebagai pusat informasi. Pada aspek digitalisasi informasi, Kemiren juga menyediakan katalog digital dan video promosi yang memperkuat penyebaran informasi kepada wisatawan.

Desa Tamansari berada di posisi kedua dengan skor 6. Meskipun tidak selengkap Kemiren, Tamansari sudah memanfaatkan sebagian besar media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube, namun belum menggunakan X (Twitter) dan tidak memiliki website resmi. Pada digitalisasi, Tamansari juga menyediakan katalog digital dan video promosi, menandakan desa ini sudah cukup baik dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pariwisata.

Desa Gintangan memiliki skor total 4, dan terlihat sebagai desa dengan tingkat pemanfaatan digital terendah dibandingkan dua desa lainnya. Gintangan hanya menggunakan tiga media sosial utama—Instagram, TikTok, dan Facebook—tanpa memanfaatkan X (Twitter) maupun YouTube. Gintangan juga tidak memiliki website dan hanya mengandalkan video promosi, tanpa katalog digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi Gintangan masih terbatas dan berpotensi ditingkatkan untuk menunjang branding sebagai desa wisata bambu.

Berdasarkan perbandingan pemanfaatan media promosi dan digitalisasi informasi, terlihat bahwa Kemiren menjadi desa yang paling siap menuju penerapan smart tourism, karena telah memaksimalkan penggunaan berbagai platform digital mulai dari media sosial yang lengkap, website resmi, hingga katalog digital dan video promosi yang semuanya mendukung akses informasi cepat, transparan, dan mudah dijangkau wisatawan. Tamansari berada pada tingkat kesiapan menengah, karena meskipun aktif di beberapa media sosial dan memiliki materi digital yang cukup baik, desa ini belum sepenuhnya memanfaatkan kanal strategis seperti website dan X (Twitter) yang berperan penting dalam memperluas jangkauan informasi. Sementara itu, Gintangan menunjukkan tingkat kesiapan paling rendah dalam

konteks smart tourism, karena penggunaan media digitalnya masih terbatas dan belum mencakup elemen penting seperti website, katalog digital, dan platform video besar seperti YouTube. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi smart tourism sangat dipengaruhi oleh sejauh mana desa dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana promosi, edukasi, dan penguatan branding destinasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga desa wisata budaya Osing di Kabupaten Banyuwangi Kemiren, Tamansari, dan Gintangan memiliki karakteristik dan tingkat kesiapan berbeda dalam pengelolaan produk wisata budaya serta penerapan konsep smart tourism.

Dari sisi produk wisata budaya, seluruh desa memiliki kekayaan budaya yang kuat baik yang bersifat *tangible* (berwujud) seperti bangunan adat, kuliner, dan kerajinan, maupun *intangible* (tak berwujud) seperti ritual, kesenian, dan tradisi. Namun, Desa Kemiren menempati posisi paling menonjol karena berhasil mempertahankan keaslian budaya Osing sekaligus menjadikannya daya tarik wisata utama. Desa Tamansari menonjol dalam aspek inovasi sosial dan kuliner lokal yang terintegrasi dengan wisata alam, sementara Desa Gintangan memperlihatkan kreativitas budaya melalui inovasi seperti wayang bambu, meskipun belum terkelola secara optimal.

Dari aspek pengelolaan, ketiga desa telah memiliki kelembagaan desa wisata yang relatif aktif, namun efektivitasnya bervariasi. Kemiren memiliki sistem kelembagaan yang paling matang dengan dukungan pemerintah, keterlibatan masyarakat tinggi, serta kolaborasi luas dengan pihak swasta dan akademisi. Tamansari memiliki kelembagaan cukup aktif namun lebih berorientasi pada wisata alam daripada budaya, sedangkan Gintangan masih perlu memperkuat sinergi antara pelaku budaya dan lembaga desa agar produk budaya dapat berkembang sebagai bagian dari atraksi wisata unggulan.

Pada aspek pelestarian dan promosi, ditemukan adanya perbedaan tingkat kesiapan digitalisasi. Kemiren telah menerapkan promosi digital melalui

website resmi, media sosial aktif, serta katalog dan video promosi budaya yang mendukung prinsip smart tourism. Tamansari berada pada tingkat kesiapan menengah dengan pemanfaatan media sosial, sementara Gintangan masih terbatas pada penggunaan media sosial dengan aktivitas promosi yang minim dan belum memiliki sistem dokumentasi digital.

Secara umum, hasil penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara pelestarian budaya dan pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci dalam memperkuat posisi desa wisata budaya Osing di era smart tourism. Desa yang mampu mengelola potensi budayanya secara profesional, melibatkan masyarakat, dan memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif akan lebih siap menghadapi tantangan pariwisata modern yang berbasis data, inovasi, dan keberlanjutan.

REFERENCE

- Amalia, R., Fatimah, J. M., & Farid, M. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tlusure Sebagai Media Sosial Berbasis Smart Tourism. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5143-5152.
- DetikJatim. 2023, Februari 6. Desa Tamansari Banyuwangi raih penghargaan ASEAN Tourism Standard 2023. detikJatim. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6554906/desa-tamansari-banyuwangiraih-penghargaan-asean-tourism-standart-2023>
- DetikJatim. 2024, November 20. Desa Wisata Kemiren Banyuwangi raih Anugerah Desa Wisata Indonesia 2024. detikJatim. <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7647767/desa-wisata-kemiren-banyuwangi-raih-anugerah-desa-wisata-indonesia-2024>
- Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B. (2019). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, (42), 129–150
- Gajdosik, T. (2018). Smart tourism: Concepts and insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*, 1.
- Hanum, F. (2020). Konsep Smart Tourism Sebagai Implementasi Digitalisasi Di Bidang Pariwisata. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(2), 17.
- Leonandri, D., & Rosmadi, M. L. N. (2018). The Role of Tourism Village to Increase Local Community Income. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 1(4), 188-193.
- Muhamad, M., & Santosa, D. H. (2023). Pengkayaan Seni, Budaya dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Magelang. *Tourism Scientific Journal*, 9(1), 76-87.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Nisak, M. A., Komariah, S., & Wilodati, W. (2023). Kearifan Lokal Suku Osing: Kajian Budaya Sebagai Media Pembelajaran Sosiologi. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 1295–1304. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.434>
- Prasetyo, A. (2017). Pelestarian budaya Osing sebagai warisan leluhur di Banyuwangi. *Jurnal Budaya Nusantara*, 12(1), 45-58.
- Rahmawati, D., & Budiarti, L. (2022). Analisis Komparatif Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata dan Budaya Nusantara*, 3(2), 45–56.
- Sari A. R., Henik Al Husnawati, Joko Suryono, Marzuki Marzuki, & Aria Mulyapradana. (2025). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. *YPAD Penerbit*, 2(1). Retrieved from <https://journal.yayasanpad.org/index.php/ypadbook/article/view/432>
- Teja, C., & Berutu, F. (2025). Innovation in cultural heritage management as a

- sustainable tourism attraction: A qualitative study of Kota Tua Padang tourism village. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 9(2), 591–600.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umiyati, S., & Tamrin, M. H. (2021). Penta Helix Synergy in Halal Tourism Development. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 75–81.
- Wulandari, S., & Santoso, B. (2019). Pengembangan budaya Osing sebagai daya tarik wisata budaya di Banyuwangi. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(2), 112-124
- Zunaidi, A., Nofirman, N., Juliana, J., & Wurarah, R. N. (2022). The impact of the development of cultural tourism on the cultural, economic, and social aspects of local communities. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(2), 88-105.