

DAMPAK BROMO *EFFECT* TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT SUKAPURA SAAT PANDEMI COVID-19

Kurnia Maulidi Noviantoro

Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Tadris Umum,
Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo, Indonesia

maulana.novianto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the impact of the Bromo effect on the economy of the Sukapura community during the COVID-19 pandemic. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data was collected by means of observation, participatory deep-interview, and documentation. The technique of selecting sample informants in this study was determined by purposive sampling procedure. The data analysis technique includes steps, namely: data processing, data analysis, and interpretation of the results of data analysis. The research findings explain that the economy of the Sukapura community, which depends on the Bromo tourism sector, experienced a recession during the COVID-19 pandemic. Livelihood income in the tourism sector has decreased due to the closure of tourist destinations due to PPKM regulations by the government. However, the impact of COVID-19 does not necessarily make the people of Sukapura surrender. As a positive effect of the covid-19 pandemic, they are becoming more creative in marketing souvenirs, t-shirts, or souvenirs typical of Bromo through e-commerce. This proves that the Bromo Effect still applies to local communities despite the pandemic conditions and almost no tourist visits. Thus it can be concluded that in general the phenomenon of the COVID-19 pandemic affects the economic condition of the Sukapura community.

Keywords: Economy; Sukapura; Bromo Effect; COVID-19

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak Bromo *effect* terhadap perekonomian masyarakat Sukapura saat pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, deep-interview dengan partisipatif, dan dokumentasi. Teknik pemilihan informan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan prosedur *purposive sampling*. Adapun teknik analisis datanya meliputi langkah-langkah, yaitu: pengolahan data, analisis data, dan penafsiran hasil analisis data. Temuan penelitian memaparkan bahwa perekonomian masyarakat Sukapura yang bergantung pada sektor pariwisata Bromo mengalami resesi saat pandemi COVID-19. Penghasilan mata pencaharian sektor pariwisata mengalami penurunan akibat ditutupnya destinasi wisata karena aturan PPKM oleh pemerintah. Akan tetapi, dampak COVID-19 tidak lantas menjadikan masyarakat Sukapura pasrah. Berkat pandemi, mereka menjadi lebih kreatif memasarkan produk souvenir, kaos, ataupun oleh-oleh khas Bromo melalui *e-commerce*. Hal ini membuktikan bahwa *Bromo Effect* tetap berlaku bagi masyarakat lokal meskipun kondisi pandemi dan hampir tidak ada kunjungan wisatawan. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa secara umum fenomena pandemi COVID-19 berpengaruh terhadap keadaan perekonomian masyarakat Sukapura.

Kata-Kata Kunci: Perekonomian; Sukapura; Bromo *Effect*; COVID-19

PENDAHULUAN

Bagi banyak negara di dunia, sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi nasional. Melalui penciptaan ribuan lapangan pekerjaan dan pengembangan infrastruktur, pariwisata dapat mengangkat martabat ekonomi suatu negara (Noviantoro & Zurohman, 2020). Pariwisata merupakan sumber devisa bagi negara, termasuk Indonesia. Mengutip laporan kinerja Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenparekraf) bahwa sektor pariwisata adalah aset pilar ekonomi nasional. Dalam peranannya, pariwisata memiliki *bargaining power* ataupun daya tawar yang tinggi terhadap kebijakan pembangunan, sehingga akan berdampak baik pada perekonomian nasional (Rahayu & Sulistyawati, 2021).

Dari segi ekonomi, perkembangan sektor pariwisata di suatu daerah akan memberikan manfaat bagi masyarakat. Namun sebaliknya, jika pengembangannya tidak diimbangi dengan manajerial dan tata kelola yang baik, justru akan mengakibatkan permasalahan sosial yang dapat merugikan masyarakat (Noviantoro et al., 2021). Sejak diberlakukannya otonomi daerah tahun 2001, pemerintah daerah dituntut untuk dapat mengoptimalkan segala sumber daya yang dimiliki guna mencapai pembangunan ekonomi berkualitas dan berkelanjutan. Pembangunan daerah yang berkelanjutan dan berkualitas adalah kolaborasi efektif antara sumber daya fisik dan sosial yang ada (Boedirachminarni & Suliswanto, 2017). Dalam hal ini, sebagai pemangku kebijakan, pemerintah daerah memiliki peran yang strategis dalam memberdayakan sumberdaya lokal, tidak terkecuali provinsi Jawa Timur.

Jawa Timur merupakan provinsi yang potensial untuk meraup keuntungan dari sektor pariwisata. Provinsi ini memiliki 760 daya tarik wisata yang terdiri dari daya tarik alam, budaya, dan buatan. Salah satu destinasi pariwisata yang potensial dengan daya tariknya di Jawa Timur adalah kawasan wisata Bromo (Bappeda Jatim, 2011). Objek wisata Bromo sudah cukup dikenal, baik di dalam negeri maupun kancah dunia internasional. Bromo merupakan gunung api yang terdapat di kompleks Pegunungan Tengger dengan daya tarik utama yakni statusnya yang masih aktif, kemudahannya untuk didaki, serta fenomena kaldera dengan hamparan lautan pasir nan mempesona (Noviantoro, 2020).

Gunung Bromo adalah salah satu gunung tercantik di Jawa Timur bahkan di Indonesia. Banyak pilihan atraksi wisata yang dapat dinikmati di kawasan gunung Bromo. Seperti menikmati keindahan bukit Penanjakan (view Poin untuk melihat Sunrise), Kawah Bromo, Savana dan Pasir Berbisik. Bromo termasuk gunung yang mudah didaki karena tidak perlu berjam-jam berjalan kaki untuk mencapai puncak kawahnya (Hakim, 2016). Selain itu, di kawasan Bromo juga telah banyak fasilitas wisata yang cukup memadai sehingga semakin membuat nyaman wisatawan untuk berlibur.

Lokasi Destinasi Wisata Gunung Bromo secara administratif terletak di empat kabupaten di Jawa Timur. Keempat kabupaten tersebut adalah Lumajang, Malang, Probolinggo dan Pasuruan. Pintu masuk destinasi Bromo telah dibuka sejak 4 November lalu seiring dengan ditetapkannya Kabupaten Malang untuk melaksanakan PPKM Level 2. Kemudian diikuti oleh tiga kota lainnya pada 30 November 2021. Ribuan wisatawan tercatat telah masuk menikmati destinasi Gunung Bromo selama libur tahun baru. Berdasarkan

laporan dari Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BB TNBTS), sejak tanggal 31 desember 2021 sampai 2 januari 2022 telah terdata sekitar 2.220 wisatawan lokal yang mengunjungi kawasan Gunung Bromo. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara terdapat lima orang menghabiskan waktu libur tahun barunya di Gunung Bromo (Rahadi & Fizriyan, 2022).

Keberadaan Destinasi Bromo sangat berdampak besar bagi perekonomian masyarakat Sukapura dan sekitarnya. Berdasarkan perkembangan infrastruktur, aksesibilitas, dan keadaan riil di lapangan, sukapura dinilai berpotensi besar mendapatkan efek domino dari *tourist effect* di Bromo. Hal tersebut karena wilayah Sukapura merupakan kawasan pintu masuk Bromo melalui Probolinggo, dimana saat ini keuntungan terbesarnya adalah dengan disediakan langsung via jalur tol Bromo (Noviantoro, 2020). Segala aktivitas ekonomi yang dilakukan di sekitar wilayah tersebut, akan berpeluang menjadi lapangan usaha sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan mampu memberikan pendapatan tambahan bagi mayoritas masyarakat yang berprofesi sebagai petani (Bahrudin, 2022). Bahkan dalam skala yang lebih besar, bromo dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Akan tetapi sejak COVID-19 mewabah, dampaknya pun juga merambat pada masyarakat Sukapura yang juga bergantung pada perekonomian pariwisata Bromo.

Sejak pemerintah merilis dan meresmikan *lock down* nasional atau yang lebih dikenal Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada bulan Maret 2020, perekonomian nasional pun juga merasakan imbasnya. Termasuk aktivitas ekonomi wisata masyarakat Sukapura yang selama ini memanfaatkan destinasi wisata Bromo. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Wulung, dkk (2021) bahwa pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap menurunnya pemasukan sektor pariwisata nasional (Wulung et al., 2021).

COVID-19 memiliki dampak positif dan negatif pada aktivitas pariwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Dampak positifnya yakni lingkungan alam konservasi mengalami pembaharuan keseimbangan secara natural berkat berkurangnya intensitas manusia sekitar karena ketiadaan pengunjung. Sedangkan dampak negatifnya adalah penurunan drastis pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat tengger akibat destinasi Bromo yang ditutup atau dilakukan pembatasan kunjungan (Wulung et al., 2021). Selama pandemi COVID-19, pemerintah selaku pemangku kebijakan menerapkan aturan standart operasional prosedur (SOP) yang ketat pada aktivitas wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Karena itu setelah dibuka kembali destinasi Bromo pasca pandemi, dibutuhkan strategi yang tepat untuk menarik minat kembali wisatawan dengan berfokus pada peningkatan kebersihan, kesehatan, dan kelestarian lingkungan.

Penelitian lain tentang bagaimana pelaku ekonomi wisata Bromo melakukan penyesuaian diri selama masa pandemi COVID-19 menyatakan bahwa resiliensi pelaku wisata masyarakat adalah dengan kembali pada pekerjaan utama sebelum menjalankan ekonomi wisata yaitu menjadi petani bagi masyarakat yang memiliki lahan guna memenuhi kebutuhan keluarga (Muchammad et al., 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa Pariwisata berperan dalam mengembangkan ekonomi lokal masyarakat. Dengan demikian dapat dikatakan, pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap sektor pariwisata.

Kini, masa pandemi COVID-19 telah berlalu. Hal ini ditandai dengan dicabutnya regulasi penutupan sementara destinasi wisata sehingga wisatawan dapat berlibur ke Bromo. Aktivitas masyarakat kembali normal dan ekonomi wisata pun berangsur-angsur membaik. Artinya Bromo *tourist effect* akan bersiap kembali menjadi sumber pundi-pundi masyarakat

Sukapura. Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui dampak bromo *effect* terhadap perekonomian masyarakat Sukapura saat pandemi COVID-19; (2) menganalisis dampak COVID-19 terhadap kehidupan masyarakat sukapura yang memanfaatkan Bromo sebagai penopang perekonomiannya.

KAJIAN LITERATUR

Destinasi Pariwisata dan Strategi Pemasaran di Masa Pandemi

Destinasi pariwisata adalah seluruh pelayanan yang diperuntukkan pengunjung yang sedang berwisata di suatu objek wisata (Mariani et al., 2014). Destinasi menjadi bagian penting dalam sistem kepariwisataan (Gantina & Rachman, 2020). Oleh karenanya penting kiranya mengetahui dampak yang terjadi pada suatu objek wisata dimana dalam identifikasinya pengunjung memberikan sumbangsih besar terhadap dampak tersebut. Di samping itu, karena pengaruh global bukan tidak mungkin destinasi wisata juga akan menjadi lahan yang strategis untuk industri (Boes et al., 2016).

Beberapa parameter dalam pembangunan destinasi wisata diantaranya yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas (Buhalis & Amaranggana, 2013). Dalam situasi pandemi COVID-19, tantangan destinasi pariwisata adalah bagaimana agar tetap bisa *survive*. Maka dari itu dibutuhkan strategi dalam memasarkan destinasi pariwisata. Dalam bukunya Hidayah (2019), memaparkan bahwa empat langkah dalam pemasaran destinasi wisata di masa pandemi meliputi; (1) *segmenting & targeting*, (2) *positioning*, (3) *branding* dan (4) *selling*. Keempat point tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran secara jangka panjang yang akan menjadi arahan terhadap keputusan taktis yang biasa disebut dengan *marketing mix* (Hidayah, 2019).

Segmenting & targeting merupakan hal penting dan yang paling utama menjadi sasaran destinasi. Pandemi COVID-19 memberikan *insight* bahwa terdapat dua segmen pasar psikografis besar dalam kepariwisataan, yakni orang yang takut untuk melakukan perjalanan wisata dan orang yang sama sekali tidak takut dengan isu COVID-19. Sehingga jika destinasi dibuka kembali, segmentasi kedua dapat dijadikan skala prioritas untuk dibidik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh US Travel Association, segmen psikografis yang berani untuk melakukan perjalanan wisata secara demografis lebih didominasi oleh generasi milenial dan Z. Sebaliknya generasi *baby boomers* atau *senior traveler* lebih memilih untuk menunggu situasi aman terkendali (Hidayah, 2020).

Strategi yang kedua adalah *Positioning*. Strategi ini lebih menakankan bagaimana untuk memenangkan *mind share* dengan cara membangun *Unique Selling Proposition* (USPs) agar destinasi wisata dipersepsikan berbeda dengan kompetitornya. Dalam masa pandemi COVID-19, *positioning* dapat diperkuat dengan penambahan atau penyisipan unsur CHS sebagai *augmented experience*-nya. Selanjutnya dalam pemasaran juga dibutuhkan *Branding* yang baik. Konsep *destination branding* yang dimaksud lebih menekankan pada bagaimana destinasi mengelola *citra* dan reputasi dengan cara memenuhi janji-janji (*trust*) kepada *customer*, sehingga segala *offering* tidak lagi hanya memiliki kualitas dari sisi *functional value*, tapi lebih dari itu yaitu *emotional value* yang pada akhirnya akan menjadi *brand value*. Dengan demikian *branding* tidak hanya sekedar logo, slogan, *tagline* atau elemen visual lainnya, tetapi menyangkut janji dari destinasi yang harus dapat ditepati yang pada akhirnya akan menjadi *image* dan reputasi sebagai *intangible asset* (Hidayah, 2020).

Disamping ketiga strategi sebelumnya, yang tidak kalah penting dalam pemasaran destinasi wisata adalah *selling* (penjualan) produk. Strategi penjualan destinasi saat pandemi

direvisi. Caranya yakni dengan menurunkan sasaran penjualan agar lebih fokus untuk mendorong organisasi pengelola destinasi dan seluruh pelaku usaha wisata sekitarnya untuk menyelamatkan keuangan terlebih dahulu. Hal tersebut dapat disiasati dengan mengelola *current market* dan target market baru sebagaimana dalam strategi *segmenting & targeting* di atas. Beberapa hal yang dapat dilakukan terhadap *current market* tersebut yaitu dengan cara melakukan *cross selling* secara online baik langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, media penjualan *online* diarahkan untuk mendapatkan penjualan dari *point of purchase* seperti *merchandise* dll. Adapaun secara tidak langsung, destinasi dapat membangun portal berbasis web atau aplikasi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha pariwisata untuk menjual produknya secara *online* (Hidayah, 2020).

COVID-19

Virus Corona atau Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus oleh SARS-CoV-2. COVID-19 muncul pertama kali di Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok pada Desember 2019, kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2). Virus ini lazimnya menjangkit manusia dan hewan. Pada kebanyakan orang, virus ini dapat menyebabkan infeksi saluran pernapasan sehingga mengakibatkan penderitanya mengalami flu hingga sindrom pernapasan akut. Dampak fatalnya dapat mengakibatkan tewasnya si penderita (Tim Komunikasi Gugus Tugas Nasional, 2020).

Virus Corona ditularkan melalui droplet yang dihasilkan ketika seseorang terinfeksi. Virus Corona dapat menyebar ke orang lain melalui droplet yang keluar dari hidung atau pun mulut saat seseorang batuk, bersin, atau berbicara. Sebagaimana penyakit saluran pernapasan yang lainnya, COVID-19 juga memiliki indikasi yang sama seperti pilek, sakit tenggorokan, dan demam. Hampir 80% kasus COVID-19 dapat sembuh tanpa perlu treatment khusus. Sekitar 1 dari 6 penderita akan merasakan sakit parah yang disertai pneumonia dengan ditandai kemunculannya yang bertahap. Meskipun angka kematian akibat penyakit ini tergolong rendah yakni sekitar 3%, namun bagi lansia dan penderita komorbid, penyakit ini akan menjadi momok yang dapat berakibat fatal sehingga sangat rentan mengakibatkan sakitnya semakin bertambah parah (Tim Komunikasi Gugus Tugas Nasional, 2020).

Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Pada hakekatnya, pembangunan merupakan upaya sadar oleh pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Titik penting dalam pembangunan adalah peningkatan ekonomi dengan salah satu indikatornya pendapatan perkapita penduduk. Pembangunan di sektor ekonomi dapat memengaruhi bidang-bidang yang lainnya. Diantara pengaruh tersebut dapat memberikan perubahan bagi masyarakat, terutama dalam pola pikir, bidang teknologi, maupun kelembagaan (Nisya & Zakik, 2022).

Sukirno dalam Nisya (2022) menyatakan bahwa parameter pembangunan ekonomi dapat ditandai dengan meningkatnya pendapatan masyarakat (Nisya & Zakik, 2022). Irawan & Suparmoko (2002) juga berpendapat bahwa pembangunan ekonomi dapat dilakukan dengan meningkatkan daya beli masyarakat sehingga patokan yang utama adalah pendapatan nasional riil. Selain itu indikator lainnya yang perlu ditingkatkan adalah pendapatan riil perkapita, tenaga kerja, serta kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka akan terlihat arus kelancaran distribusi barang dan jasa yang juga menandai tingginya pendapatan perkapita pada mereka (Gustina et al., 2019).

METODE

Penelitian dilakukan di kawasan destinasi wisata Bromo kecamatan sukapura kabupaten Probolinggo, pada bulan Mei 2022. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif melalui pendekatan fenomenologi. Penelitian ini mengeksplorasi dampak COVID-19 pada keberadaan destinasi Bromo terhadap perekonomian masyarakat Sukapura. Terjadinya COVID-19 mengakibatkan evolusi besar sektor pariwisata di berbagai negara, termasuk di Indonesia (Lew et al., 2020). Fokus penelitian ini adalah aktivitas perekonomian masyarakat sukapura sebagai pelaku ekonomi wisata Bromo.

Ragam data dalam penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer didapat saat wawancara dan observasi langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui berbagai referensi tambahan yang terkait. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dalam bentuk wawancara, dokumentasi, dan observasi secara langsung oleh peneliti (Djamba, 2002). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan kesesuaian subjek dan objek penelitian. Pemilihan kriterianya mengerucut pada personal yang berkecimpung di dunia usaha pariwisata Bromo misalnya pemilik warung, rumah makan, jasa penginapan/*homestay*, pemandu wisata, toko souvenir, persewaan jeep, penjaga loket, dan penyedia ojek kuda. Adapun teknik analisis datanya meliputi langkah-langkah, yaitu: pengolahan data, analisis data, deskripsi esensi, dan penafsiran hasil (Creswell & Poth, 2016). Selain itu, dalam penelitian ini juga dilakukan proses triangulasi data sebagai upaya penguatan kembali hasil data yang diperoleh dari informan dengan teori-teori yang ada (Kuswarno, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gunung Bromo dan Perekonomian Masyarakat Sukapura

Destinasi Bromo adalah salah satu objek wisata yang mempunyai panorama alam sangat indah. Kemudahannya untuk diakses serta fasilitas yang cukup memadai menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara (Zurohman et al., 2021). Gunung Bromo berada di tengah-tengah antara Kabupaten Probolinggo, Lumajang, Malang dan Pasuruan. Wilayah gunung bromo juga merupakan bagian dari taman nasional, oleh karena itu pemerintah pusat masih berperan dalam pengembangan wilayah tersebut.

Hasil observasi dan wawancara memaparkan bahwa keberadaan objek wisata gunung Bromo sangat membantu perekonomian masyarakat Sukapura dan pribumi tengger khususnya yang berada di sekitar destinasi. Kehidupan masyarakat memanfaatkan kegiatan pariwisata dengan mengembangkan potensi lokal dalam mendukung pengembangan objek wisata gunung bromo. Misalnya persewaan transportasi, warung makan, perancangan suvenir, serta usaha penginapan dengan latar view khas tengger seperti lava hill, de potrek dll.

Secara umum masyarakat sukapura mayoritas berpangku jiwa sebagai petani sayur. Hal ini karena di daerah tersebut tanahnya subur sehingga sangat mendukung menjadi lahan pertanian palawija. Kendati memiliki tingkat kesuburan tanah yang baik, keadaan air di musim kemarau biasanya menjadi permasalahan yang pelik di Sukapura. Akibatnya, masalah tersebut sering menghambat aktivitas keseharian masyarakat. Terkadang di musim kemarau, masyarakat di kawasan tersebut masih harus membeli air ke daerah yang memiliki ketinggian tempat lebih rendah (Pahlevy et al., 2019).

Selain itu, ekonomi masyarakat juga terbantu dengan mata pencaharian sampingan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Diantaranya yakni sebagai pelaku ekonomi wisata bromo. Adanya pekerjaan sampingan tersebut berkat potensi keindahan alam gunung

bromo yang banyak menarik wisatawan. Oleh karenanya, secara tidak langsung profesi sampingan warga sukapura sangat membantu para wisatawan saat berkunjung ke bromo (Bahrudin, 2022).

Seiring berjalannya waktu di wilayah sekitar bromo banyak bermunculan destinasi wisata yang menyajikan beragam keindahan alam dengan ciri spesial pegunungan. Pengunjung dapat menikmati suasana perbukitan luas nan hijau yang diselimuti hamparan rumput savana, keindahan samudera pasir, hingga panorama sunrise dari puncak gunung. Dengan kondisi demikian, tidak heran jika perekonomian masyarakat sukapura dan sekitarnya terdukung karena adanya destinasi Bromo.

Berdasarkan wawancara beberapa narasumber di lapangan, pendapatan masyarakat Sukapura relatif tinggi. Rata-rata pendapatan masyarakat di daerah Sukapura sebagai berikut.

Tabel 1. Pendapatan dan Pekerjaan Masyarakat Sukapura

No.	Nama	Pekerjaan	Pendapatan
1	Hidayat	Pelajar/anak petani	25-50 juta tiap panen
2	Agus	Ojek Kuda	10 juta per minggu/musim
3	Egy Sutoko	Sopir Jeep	500 rb - 1 juta per hari
4	Andrian	Pemilik penginapan	5-10 juta per minggu

Berdasarkan tabel di atas, masyarakat yang tinggal di kawasan destinasi wisata bromo berpenghasilan cukup besar. Belum lagi jika profesi di atas hanya sekedar sampingan atau pelengkap dari profesi utama bertani. Sehingga wajar apabila masyarakat yang tinggal di kawasan sekitar destinasi wisata Bromo tidak khawatir dengan perekonomiannya.

Selain terdukung sumber daya alam secara fisik yakni berupa tingkat kesuburan tanah yang baik dan indahnya alam gunung Bromo, masyarakat Sukapura juga memiliki semangat bekerja yang sangat besar atau etos kerja tinggi. Oleh karena itu wajar apabila stratifikasi masyarakat sukapura tergolong ekonomi kelas menengah. Dengan berkembangnya sektor wisata akibat Bromo Effect, warga sukapura diharapkan bisa lebih mengembangkannya secara optimal agar perekonomian di daerah bromo tetap dapat berjalan dengan baik.

Dampak COVID-19 terhadap Perekonomian Masyarakat

Pariwisata merupakan sektor penting bagi peningkatan perekonomian nasional. Jawa Timur memiliki berbagai macam objek wisata yang menyuguhkan keindahan alam, salah satunya yaitu objek wisata Gunung Bromo. Gunung Bromo merupakan wilayah Taman Nasional yang memiliki potensi pengembangan kegiatan pariwisata yang relatif baik (Noviantoro, 2020).

Destinasi wisata gunung bromo memiliki potensi *tourism effect* sangat tinggi bagi masyarakat sekitar dan pemerintah. Setiap hari banyak turis asing berwisata ke Gunung Bromo untuk menikmati keindahan alam dan lautan pasir yang hanya ada di Gunung Bromo. Selain itu terdapat pula keunikan upacara adat *Kasodo* yang dilaksanakan oleh umat hindu Bromo-Tengger sebagai simbol rasa syukur mereka kepada alam semesta (Muchammad et al., 2021).

Suku Tengger merupakan suku yang hidup dan berada di daerah sekitar Gunung Bromo. Pekerjaan utama suku Tengger pada umumnya adalah bertani dan bertenak. Pekerjaan lain yang digeluti oleh masyarakat Tengger adalah sebagai pelaku bisnis pariwisata, seperti penyewaan jeep, penyewaan kuda, dan penyewaan tempat penginapan untuk wisatawan (Wulung et al., 2021).

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, masyarakat pribumi Tengger khususnya wilayah Sukapura mengalami dampak perubahan pendapatan ekonomi dengan adanya objek wisata Bromo. Mereka mampu menyediakan berbagai fasilitas untuk keperluan wisatawan yang berkunjung ke Gunung Bromo. Akan tetapi, dengan adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan destinasi wisata Bromo Tengger ditutup sementara. Tentu saja hal tersebut berimbas pada pendapatan ekonomi masyarakat yang berkerja di sektor pariwisata. Namun untuk mengatasi pendapatan yang berkurang tersebut masyarakat sukapura memutar otak dengan mencari pekerjaan alternatif yakni menjual beberapa oleh - oleh khas Bromo di *e-commerce* di antaranya bunga edelweis, souvenir, kaos/pakaian icon Bromo dan lain-lain. Di samping itu tidak sedikit pula masyarakat kembali fokus hanya menjadi petani saja, sembari menunggu pandemi berlalu.

Bromo dan Ekonomi Pelaku Bisnis Wisata saat Pandemi COVID-19

Gunung Bromo merupakan objek wisata yang sudah dikenal banyak wisatawan lokal maupun mancanegara. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang penting bagi peningkatan perekonomian daerah dan masyarakat sekitar bromo khususnya (Pahlevy et al., 2019). Adanya kegiatan pariwisata dapat memunculkan usaha ekonomi produktif masyarakat seperti pemandu wisata, usaha penginapan, membuat pernak-pernik khas bromo, ataupun usaha warung di sekitar objek wisata.

Keberadaan destinasi wisata dapat membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat sekitar objek wisata. Pendapatan yang diperoleh oleh pelaku bisnis perharinya sesuai dengan banyaknya pengunjung. Jika pengunjung ramai, maka pendapatan pun meningkat. Begitu pula sebaliknya. Hal tersebut sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan pada masyarakat Sukapura bahwa dengan kegiatan pariwisata terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Sebagai sampel pedagang makanan (bakso) atas nama Saridin yang berada di sekitar pintu masuk cemoro lawang. Ia memaparkan bahwa pendapatan per harinya dalam keadaan normal (hari biasa bukan liburan), perolehan labanya bisa mencapai berkisar satu juta rupiah. Akan tetapi saat pandemi COVID-19 terjadi, pendapatannya sangat menurun karena hampir tidak adanya wisatawan yang berkunjung ke Bromo.

Selain itu, profesi lain yang mendukung sektor pariwisata dan juga menunjang ekonomi masyarakat Sukapura diantaranya adalah persewaan jeep dan ojek kuda. Berdasarkan data yang didapat dari Forum Komunikasi Pelaku Usaha Ekowisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Kabupaten Probolinggo, hingga Bulan Mei 2020, masyarakat Sukapura sekitar Bromo yang memiliki kendaraan Jeep untuk kepentingan pariwisata berjumlah 750 unit dan persewaan ojek kuda sejumlah 450 ekor (Sukapura.probolinggokab.go.id, 2020). Sehingga otomatis jika destinasi Bromo ditutup karena COVID-19 maka akan berdampak secara langsung pada ekonomi masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa pada saat pandemi COVID-19, masyarakat Sukapura kehilangan sebagian besar pendapatannya dari sektor pariwisata. Dengan kondisi tersebut mereka hanya bisa menggantungkan pendapatan pada pekerjaan alternatif seperti sektor pertanian. Namun, kendala yang ada berikutnya adalah tidak semua masyarakat memiliki lahan pertanian untuk digarap. Karena sebagian telah dikorbankan demi fokusnya pada usaha pariwisata. Sementara itu, diantara mereka juga ada yang berternak atau pun menjual pernak-pernik khas Bromo di *e-commerce* sebagai penopang ekonomi alternatif pada masa pandemi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Penunjang ekonomi masyarakat Sukapura sebelum pandemi COVID-19 yang paling besar berasal dari sektor pariwisata. Pendapatan tersebut diperoleh masyarakat pelaku usaha

yang banyak dibutuhkan oleh wisatawan. Usaha-usaha tersebut antara lain persewaan jeep, sewa kuda, pedagang, dan persewaan *homestay*. Omsetnya pun dapat mencapai jutaan rupiah per harinya jika Bromo ramai akan pengunjung. Hal ini jelas sangat mensejahterakan perekonomian masyarakat Sukapura karena selain dari hasil bumi mereka juga bisa dapat keuntungan dari sektor pariwisata.

E-Commerce: Alternatif Bisnis Selama Masa Pandemi COVID-19

Dalam tulisan Niewiadomski dipaparkan bahwa COVID-19 telah memengaruhi segala sektor lini kehidupan manusia secara global. Termasuk dampaknya terhadap sektor pariwisata yang mengakibatkan evolusi transformasi di berbagai belahan dunia (Niewiadomski, 2020). Pada akhirnya akan berdampak pada penurunan pendapatan sektor pariwisata karena ketiadaan wisatawan. Begitu pula yang terjadi pada destinasi wisata Bromo. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Yuliawati (2021) bahwa mewabahnya COVID-19 mengakibatkan wisatawan yang berkunjung ke Bromo mengalami penurunan drastis. Balai besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) selaku pemangku kebijakan pun juga mengakui telah terjadi penurunan yang signifikan sejak tiga tahun terakhir. Perbandingannya yakni pada tahun 2020 tercatat sebanyak 196.268 wisatawan yang berkunjung ke Gunung Bromo. Wisatawan tersebut terdiri dari 193.733 wisatawan lokal dan 2.658 wisatawan dari mancanegara. Sebelumnya, pada 2019 terdapat sebanyak 721.082 wisatawan yang berkunjung ke Gunung Bromo, 699.021 wisatawan lokal serta 22.061 wisatawan dari mancanegara. Sedangkan tahun 2018 terdapat sebesar 825.206 wisatawan ke Gunung Bromo, terdiri asal 800.130 wisatawan lokal serta 25.076 wisatawan dari mancanegara (Yuliawati & Aditya, 2021).

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut berpengaruh terhadap kondisi ekonomi serta pelaku usaha di sektor pariwisata. Sesuai dengan hasil observasi dapat disimpulkan bahwa adanya penurunan wisatawan pada objek wisata gunung Bromo mengakibatkan juga penurunan pendapatan pada pelaku bisnis pariwisata di daerah tersebut. Sehingga dalam mengatasi pendapatan yang berkurang tersebut pelaku usaha pariwisata memutar otak dengan mencari pekerjaan alternatif.

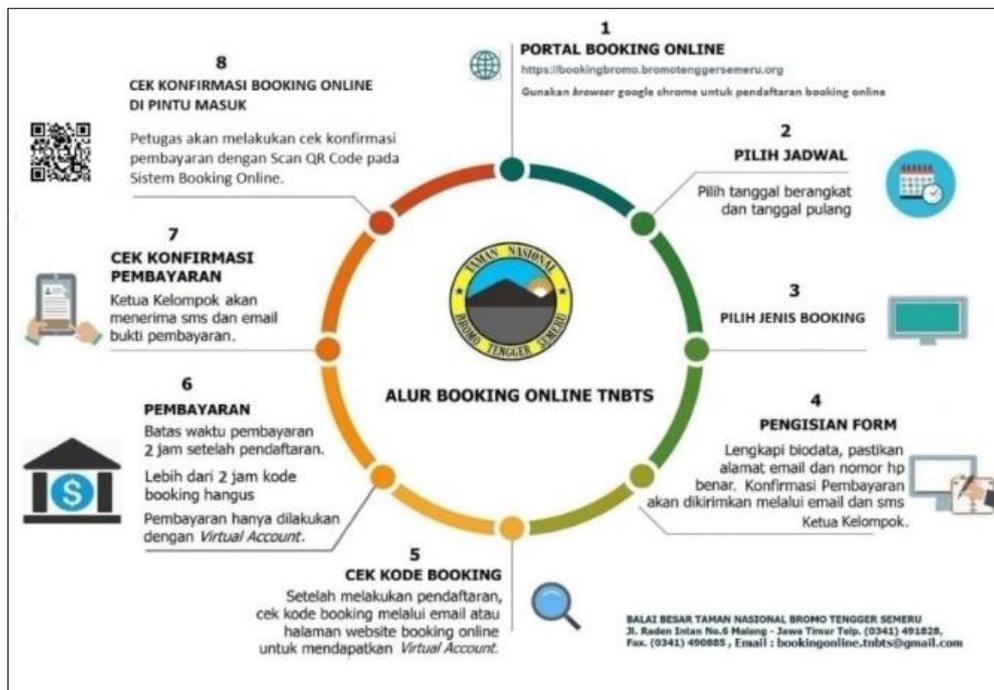
Salah satu alternatif yang digunakan pelaku usaha pariwisata pada saat pandemi adalah pemanfaatan teknologi digital *e-commerce* sebagai sarana bisnis wisata. *E-commerce* yang digunakan adalah *market place* seperti shopee dan tokopedia sebagai media untuk menjual pernak-pernik khas Bromo Tengger. Pelaku usaha pariwisata juga memanfaatkan media sosial dalam melakukan aktivitas pemasaran paket wisata dan penjualan tiket online. Hal tersebut dilakukan agar mempermudah memberikan informasi kepada wisatawan yang akan berkunjung setelah di bukanya kembali objek wisata Bromo Tengger. Dengan demikian, adanya layanan *e-commerce* memudahkan para pelaku usaha pariwisata dalam memperoleh keuntungan di masa pandemi.

Destinasi Wisata Bromo Pasca COVID-19

Sejak PPKM akibat pandemi COVID-19 di Indonesia mulai diberlakukan bulan Maret 2020 sampai Mei 2022, sektor pariwisata merasakan dampak yang cukup besar. Demi memutus mata rantai penyebaran virus, destinasi wisata harus ditutup sementara. Dengan adanya kebijakan PPKM oleh pemerintah, pihak Taman Nasional Bromo Tengger Semeru pun melakukan penutupan sementara kawasan destinasi Gunung Bromo dan sekitarnya sebagai upaya pemutusan mata rantai virus COVID-19.

Setelah dibuka kembali Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, pengelola menetapkan segala kegiatan wisata melalui strategi khusus dengan protokol kesehatan COVID-19. Pada

titik ini, masyarakat diprediksi akan kembali berwisata sebagai aksi pelampiasan setelah cukup lama berada di rumah (*revenge tourism*). Untuk mengatasi hal tersebut, pengelola Taman Nasional Bromo Tengger Semeru kini menerapkan pembelian tiket wisata hanya secara daring atau *online* melalui website. Pembelian tiket wisata secara daring atau *online* menjadi pembaharuan pengelolah TNBTS selama adaptasi kebiasaan pasca covid-19. Pihak taman nasional berkoordinasi dengan pemangku kebijakan terkait adaptasi kebiasaan baru, diantaranya yakni pemda, polres, dan Kodim wilayah Probolinggo, Lumajang, Malang, serta Pasuruan dalam menentukan Standar Operasional Prosedur (SOP) kepariwisataan.



Gambar 1. Alur Pembelian Tiket Masuk TNBTS Secara Online

Sumber: <https://bookingsemeru.bromotenggersemeru.org/>

Standar Operasional Prosedur (SOP) mencakup segala aktivitas kepariwisataan pada TNBTS dan sekitarnya. Aturan SOP berlaku bagi pelaku bisnis usaha penyediaan jasa, wahana wisata, alam dan wisatawan yang berkunjung selama masa adaptasi *new normal*. SOP tersebut meliputi aturan *sosial-distancing*, panduan prokes pengunjung, serta aturan daya tampung lingkungan dalam bentuk kuota batasan pengunjung pada objek wisata. Selain itu, Pengelola TNBTS melakukan promosi pemasaran secara online melalui media sosial seperti youtube, Instagram, Facebook, tik-tok dan medsos lainnya. Pengelola secara teratur memperbaharui informasi untuk menarik wisatawan agar kembali mengunjungi objek wisata Gunung Bromo.

Pembukaan kembali kawasan TNBTS mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pemulihan ekonomi masyarakat sekitar Bromo. Hal itu karena dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung kembali pasca COVID-19, dapat memberikan pendapatan bagi pelaku bisnis usaha pariwisata. Dampak ekonomi bidang pariwisata umumnya diindikasikan melalui indikator total pengeluaran pengunjung untuk akomodasi, konsumsi, perjalanan, dokumentasi dan keperluan lainnya. Peredaran uang di lokasi objek wisata berdampak pada tingkat pendapatan serta pengeluaran masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara, bahwasannya ketika bromo dibuka, para wisatawan domestik akan berkunjung, sehingga para pelaku usaha pariwisata di sekitar bromo akan memperoleh pendapatan.

Pemulihan ekonomi masyarakat pelaku bisnis pasca COVID-19 perlu menerapkan adanya strategi baru agar dapat menarik perhatian para pengunjung yang datang. Strategi baru diperlukan karena pemulihan pasca COVID-19 sangatlah berdampak positif bagi para pelaku usaha masyarakat sukapura. Saat ini, pelaku usaha sudah mulai menerapkan strategi baru dengan melakukan promosi di sosial media dalam bentuk paket *trip* wisata untuk menarik pengunjung domestic dan mancanegara berkunjung. Salah satu Paket Wisata yang ditawarkan adalah *Open Trip Bromo Midnight*. Paket ini menawarkan perjalanan wisata gabungan berdurasi satu malam tanpa menginap, sementara aktivitas utamanya adalah *Hunting Sunrise* di obyek wisata gunung Bromo.

Beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh Pelaku usaha jasa Open Trip Bromo menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin mengisi liburannya di sekitar destinasi wisata Gunung Bromo. Para pelaku usaha menawarkan berbagai macam paket trip bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Gunung Bromo, dengan harga yang terbilang cukup murah. Keunggulan dari paket trip wisata Gunung Bromo bagi wisatawan adalah untuk memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung ke semua destinasi wisata Gunung Bromo tanpa menggunakan kendaraan pribadi dan seorang *guide* yang memberikan informasi serta memandu para wisatawan lokal utamanya wisatawan asing agar dapat mengetahui gunung Bromo secara lengkap dan jelas, serta memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha penyedia jasa open trip untuk memulihkan pendapatan ekonomi pasca COVID-19 .

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehidupan perekonomian masyarakat Sukapura hampir tidak pernah lepas dari *Bromo Tourist Effect*. Sebagian besar warga di sekitar destinasi Bromo yang awalnya bekerja di sektor pertanian, banyak beralih ke sektor pariwisata karena pendapatannya yang relatif lebih menjanjikan. Sehingga secara otomatis destinasi Bromo juga turut memengaruhi struktur mata pencaharian masyarakat setempat. Maka, dengan terjadinya fenomena COVID-19 jelas sangat berpengaruh terhadap keadaan perekonomian masyarakat Sukapura. Hal tersebut terbukti dari pendapatan masyarakat yang menurun drastis semenjak dilakukan penutupan objek wisata Bromo karena diberlakukan aturan PPKM oleh pemerintah.

Dampak COVID-19 juga secara langsung mengajarkan transformasi perekonomian baru bagi masyarakat sukapura yang telah menggantungkan diri pada sektor pariwisata. Gaya ekonomi inilah yang menjadi tumpuan alternatif saat pandemi COVID-19. Transformasi yang terjadi adalah masyarakat mulai mencoba merambah dunia digital untuk perluasan market Bromo. Untuk tetap menghidupkan *Bromo Effect*, masyarakat menjual segala pernak-pernik khas Bromo seperti Kaos, Edelwiss, *Kupluk*, dan souvenir lainnya di *e-commerce*. Transformasi tersebut mutlak harus dilakukan mengingat masyarakat dituntut untuk beradaptasi dalam keadaan pandemi agar tetap dapat melangsungkan perekonomiannya.

REFERENSI

- Bahrudin, B. (2022). Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Suku Tengger di Desa Ngadisari Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 98–105.
- Bappeda Jatim. (2011). *Berkunjung ke Jawa Timur*. <http://bappeda.jatimprov.go.id/2011/02/16/berkunjung-ke-jawa-timur/>
- Boedirachminarni, A., & Suliswanto, M. S. W. (2017). Analisis kepuasan pengunjung ekowisata Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 101–112.

- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553–564.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Djamba, Y. K. (2002). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380.
- Gantina, D., & Rachman, A. F. (2020). Kepuasan Masyarakat Terhadap Daya Tarik Wisata Panorama Alam Pabangbon, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 152–156.
- Gustina, G., Yenida, Y., & Novadilastri, N. (2019). Potensi Wisata Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 11(2), 121–132.
- Hakim, L. (2016). Peran Penting Cagar Biosfer Bromo Tengger Semeru. *Prosiding*, 65.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Hidayah, N. (2020). *Strategi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19 & New-Normal*. Pemasaranpariwisata.Com. <https://pemasaranpariwisata.com/2020/06/04/strategi-pemasaran-pariwisata-di-masa-pandemi-covid-19-new-normal/>
- Kuswarno, E. (2006). Tradisi Fenomenologi Pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah pengalaman akademis. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*, 7(1), 47–58.
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of Travel and Tourism after The Global COVID-19 Transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 22(3), 455–466.
- Mariani, M. M., Buhalis, D., Longhi, C., & Vitouladiti, O. (2014). Managing change in tourism destinations: Key issues and current trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(4), 269–272.
- Muchammad, E. B., Kurniawati, E., & Rozakiyah, D. S. (2021). Resiliensi Pelaku Wisata Masyarakat Desa Ngadas dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. *SOSIETAS*, 11(2), 1051–1060.
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651–656.
- Nisya, K., & Zakik, Z. (2022). Potensi Pengembangan Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat (Studi Objek: Wisata Pantai Biru Desa Telaga Biru Kecamatan Tanjung Bumi). *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 3(2), 177–201.
- Noviantoro, K. M. (2020). Evaluasi Potensi Wisata Bromo-Madakaripura Sebagai Ekowisata Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 49–62.
- Noviantoro, K. M., Winarsih, N., & Khoiroh, T. (2021). Evaluasi Potensi Wisata Bermi Eco Park (BEP) Sebagai Penopang Perekonomian Masyarakat. *Al-Fikru: Jurnal Pendidikan Dan Sains*, 2(2), 292–302.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275–295.
- Pahlevy, F. N., Apriyanto, B., & Astutik, S. (2019). Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Daerah Wisata Bromo Sebagai Pengembangan Kesejahteraan Hidup. *Majalah Pembelajaran Geografi*, 2(2), 111–130.

- Rahadi, F., & Fizriyan, W. (2022). *Libur Tahun Baru, Ribuan Wisatawan Kunjungi Gunung Bromo*. Republika Online.
- Rahayu, D. S., & Sulistyawati, D. (2021). Implikasi Asean Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2025 Dalam Pengembangan Project Ten New Bali's Indonesia. *Dauliyah Journal of Islamic and International Affairs*, 6(2), 249–227.
- Sukapura.probolinggokab.go.id. (2020). *Normal Baru, Transportasi Wisata Bromo di Buka*. <https://sukapura.probolinggokab.go.id/normal-baru-transportasi-wisata-bromo-dibuka/>
- Tim Komunikasi Publik Gugus Tugas Nasional. (2020). *Lengkapi Informasi dan Pengetahuan COVID-19 dari Sumber Resmi*. Covid19.go.id. <https://covid19.go.id/p/berita/lengkapi-informasi-dan-pengetahuan-covid-19-dari-sumber-resmi>
- Wulung, S. R. P., Latifah, A. N., Saidah, A. F., Ningtias, A. S., & Yasyfa, F. (2021). Dampak Covid-19 pada Destinasi Pariwisata Prioritas Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 123–132.
- Yuliawati, L., & Aditya, L. (2021). *Efek Pandemi, Bromo Catatkan Penurunan Kunjungan Wisatawan Terdrastis*. VIVA.Co.Id. <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1377759-efek-pandemi-bromo-catatkan-penurunan-kunjungan-wisatawan-terdrastis>
- Zurohman, A., Noviantoro, K. M., & Firdausi, S. N. (2021). Potensi Daya Tarik Wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Analisis Swot Objek Wisata Bromo Pintu Cemoro Lawang, Probolinggo). *Al-Fikru: Jurnal Pendidikan Dan Sains*, 2(2), 281–291.