

**VALUE CHAIN KLASTER PARIWISATA BANYUMAS:  
PENDEKATAN *MULTIPLE CASE STUDY***

**Refius Pradipta Setyanto\***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Jendral Soedirman, Purwokerto, Indonesia

\*Email corresponding author: [refius.setyanto@unsoed.ac.id](mailto:refius.setyanto@unsoed.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi rantai nilai pariwisata yang berbasis perkotaan dan di wilayah Baturraden. Desain riset *multiple case study* dipilih karena dilakukan pada dua *setting* dan pertimbangan kompleksitas fenomena yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan metode terstruktur dan tidak terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerjasama lintas pemangku kepentingan sangat diperlukan, dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada, dan meminimalkan kelemahan yang ada pada kedua destinasi tersebut.

**Kata Kunci:** rantai nilai, pariwisata, wawancara, perkotaan, Baturraden

**Abstract**

This study aims to identify the tourism value chain based on urban areas and in Baturraden region. The research design of multiple case study was chosen because it was done on two settings and consider the complexity of the phenomenon under study. Data collection is done by in-depth interview with structured and unstructured method. The results show that cross-stakeholder cooperation is necessary, by optimizing the strengths and opportunities available, and minimizing the weaknesses of both destinations

**Keywords:** value chain, tourism, interview, urban areas, Baturraden

**Latar Belakang**

Sektor pariwisata sejauh ini diyakini sebagai mesin penggerak ekonomi atau penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi, baik pada level negara maupun daerah. Pembangunan sektor pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi karena melibatkan banyak sekali pemangku kepentingan, mulai dari masyarakat lokal, pemerintah daerah, pebisnis pada berbagai level, dan sebagainya.

Menurut *International Union of Official Travel Organization* dalam Spillane (1993), pariwisata mestinya dikembangkan oleh setiap negara karena delapan alasan utama seperti berikut ini: (1) Pariwisata sebagai faktor pemicu bagi perkembangan ekonomi nasional maupun internasional. (2) Pemicu kemakmuran melalui perkembangan komunikasi, transportasi, akomodasi, jasa-jasa pelayanan lainnya. (3) Perhatian khusus terhadap pelestarian budaya, nilai-nilai sosial agar bernilai ekonomi. (4) Pemerataan kesejahteraan yang diakibatkan oleh adanya konsumsi wisatawan pada sebuah destinasi. (5) Penghasil devisa. (6) Pemicu perdagangan internasional. (7) Pemicu pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan profesi pariwisata maupun lembaga yang khusus yang membentuk jiwa *hospitality* yang handal dan santun, dan (8) Pangsa pasar bagi produk lokal sehingga aneka-ragam produk terus berkembang, seiring dinamika sosial ekonomi pada daerah suatu destinasi.

Dari sisi kepentingan nasional, Menurut Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI (2005) dalam Sapta (2011) menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk beberapa tujuan pokok, yaitu a) Persatuan dan Kesatuan Bangsa, b) Penghapusan Kemiskinan (*Poverty Alleviation*), c) Pembangunan Berkesinambungan (*Sustainable Development*), d) Pelestarian Budaya (*Culture Preservation*), e) Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia, dan f) Peningkatan Ekonomi dan Industri. Sedangkan dari sisi kepentingan internasional, Pariwisata internasional pada tahun 2004 mencapai kondisi tertinggi sepanjang sejarah dengan mencapai 763 juta orang dan menghasilkan pengeluaran sebesar US\$ 623 miliar. Kondisi tersebut meningkat 11% dari jumlah perjalanan tahun 2003 yang mencapai 690 juta orang dengan jumlah pengeluaran US\$ 524 miliar. Seiring dengan hal tersebut, diperkirakan jumlah perjalanan wisata dunia di tahun 2020 akan menembus angka 1,6 miliar orang per tahun (UN-WTO, 2005).

Pada sisi yang berbeda, walaupun pariwisata telah diakui sebagai faktor penting stimulator penggerak perekonomian di beberapa negara di dunia, namun pariwisata juga menyembunyikan beberapa hal yang jarang diungkap dan dihitung sehingga sangat sulit untuk ditelusuri perannya atau kerugiannya. Beberapa biaya tersembunyi atau *hidden cost* diantaranya adalah: industri pariwisata bertumbuh dalam mekanisme pasar bebas sehingga seringkali destinasi pada negara berkembang hanya menjadi obyek saja, hal lainnya pengembangan pariwisata memang telah dapat meningkatkan kualitas pembangunan pada suatu destinasi namun akibat lainnya seperti peningkatan harga-harga pada sebuah destinasi terkadang kurang mendapat perhatian dan korbannya adalah penduduk lokal. Sektor pariwisata tidak bisa berdiri sendiri. Sektor ini harus ditopang oleh kondisi infrastruktur yang baik. Industri pariwisata sangat memerlukan fasilitas bandara, stasiun, terminal bus yang baik. Martin J Craigs, CEO Pacific Asia Travel Association (PATA) melihat bahwa kondisi infrastruktur di Indonesia, seperti bandara, masih buruk. Martin memandang, kondisi bandara seharusnya baik mengingat fasilitas inilah yang pertama kali menyambut wisatawan ketika berkunjung ke suatu tempat.

Kabupaten Banyumas memiliki potensi pariwisata yang belum dikembangkan secara optimal, meskipun beberapa destinasi sudah memiliki posisi kompetitif yang cukup kuat. Urgensi pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Banyumas semakin kuat karena adanya pergeseran struktur perekonomian di Kabupaten Banyumas. Struktur ekonomi suatu daerah menggambarkan seberapa besar ketergantungan suatu daerah terhadap kemampuan memproduksi dari setiap sektor ekonomi. Pada kurun waktu tahun 2006-2011, struktur perekonomian Kabupaten Banyumas masih didominasi oleh sektor pertanian, sektor industri, sektor perdagangan hotel dan restoran, dan serta sektor jasa. Porsi sektor jasa setiap tahun cenderung meningkat; sedangkan sektor industri pengolahan cenderung menurun. Demikian pula kontribusi sektor pertanian yang setiap tahun mengalami penurunan, sebagai akibat

menurunnya luas lahan pertanian (luas lahan pertanian Kabupaten Banyumas, tahun 1987, 35.514 Ha; tahun 1996, 33.627 Ha; tahun 2010, 32.307 Ha) dan kenaikan harga produk pertanian yang tidak secepat produk lain (BPS Banyumas, 2011).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perekonomian Kabupaten Banyumas mengalami pergeseran dari perekonomian agraris menuju niaga jasa. Industrialisasi yang biasanya terjadi pada beberapa wilayah yang semula berbasis pertanian tidak sepenuhnya terjadi di Kabupaten Banyumas. Walaupun secara nominal sektor industri pengolahan berkembang tetapi kontribusinya cenderung menurun, sementara kontribusi gabungan sektor perdagangan dan jasa-jasa selalu meningkat merupakan salah satu indikator bahwa proses industrialisasi Kabupaten Banyumas mengalami beberapa kendala. Hal ini mungkin terkait dengan kondisi wilayah Kabupaten Banyumas yang industrinya sebagian besar adalah UKM (usaha kecil menengah).

Sembilan sektor ekonomi yang tercakup dalam PDRB dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok besar, yaitu: sektor primer, sektor sekunder, dan sektor tersier. Disebut sektor primer bila outputnya masih tergantung pada sumber daya alam, seperti sektor pertanian dan pertambangan. Sektor yang inputnya berasal dari sektor primer disebut sektor sekunder. Yang termasuk dalam sektor sekunder adalah sektor industri pengolahan; listrik, gas dan air bersih; serta konstruksi. Sektor-sektor lainnya, yaitu: sektor perdagangan, hotel dan restoran; sektor pengangkutan dan komunikasi; sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan; serta sektor jasa-jasa dikelompokkan ke dalam sektor tersier.

## **LANDASAN TEORITIS**

Perkembangan konsep klaster semakin cepat dan bahkan merambah ke banyak konteks, sehingga banyak pihak yang masih bertanya tentang apa sesungguhnya klaster dan bagaimana klaster tersebut berperan dalam meningkatkan daya saing suatu industri. Sejauh ini, klaster memang bisa dikatakan identik dengan industri manufaktur. Perkembangan yang menarik adalah semakin banyaknya Menurut Porter (1998), klaster merupakan konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu. Mereka berhubungan karena kebersamaan dan saling melengkapi. Klaster mendorong industri untuk bersaing satu sama lain. Selain industri, klaster termasuk juga pemerintah dan industri yang memberikan dukungan pelayanan seperti pelatihan, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknologi. Sedangkan menurut Schmitz (1997), klaster didefinisikan sebagai grup perusahaan yang berkumpul pada satu lokasi dan bekerja pada sektor yang sama. Sementara Enright (1992) mendefinisikan klaster sebagai perusahaan-perusahaan yang sejenis/sama atau yang saling berkaitan, berkumpul dalam suatu batasan geografis tertentu.

Kendati definisi kluster dapat bermacam-macam, namun pengamatan menunjukkan beberapa karakteristik umum yang melekat pada konsep ini. Dari sisi output, setidaknya ada 3 dimensi yang dapat diperhatikan:

- *Competitiveness*, tercermin dalam konteks dinamis dan global, misalnya berhubungan erat dengan inovasi dan adopsi praktik terbaik.
- *Economic specialization*, dalam batas tertentu dari aktifitas-aktifitas yang berhubungan (kluster automotive, kluster budaya, kluster bunga potong, dll).
- *Spatial identity*, yang relevan dengan agen dan organisasi di dalam kluster ataupun yang di luar kluster

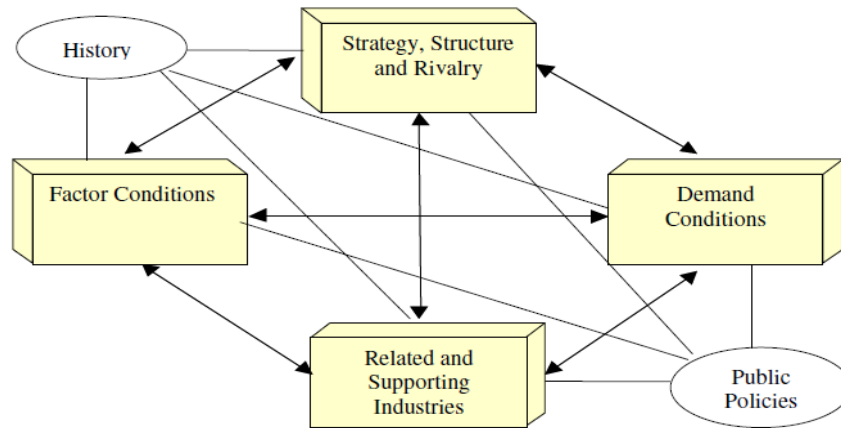
### ***Diamond Analysis***

Kluster bisa dikatakan sebagai suatu entitas yang muncul secara spontan berdasar pada kekuatan pasar atas beberapa aktivitas. Proses pembentukan kluster terjadi secara alami ketika entitas bisnis, investasi infrastruktur, logistik, dan sebagainya merespon kebutuhan atau permintaan lokal.

Pada awal tahun 1980-an, Michael Porter mengajukan proposisi atas eksistensi konsentrasi geografis dimana ada pertumbuhan yang kuat dan berkelanjutan sebagai dampak dari interaksi diantara aktor-aktor swasta, publik (pemerintah), dan aktor-aktor institusional. Skema interaksi tersebut diilustrasikan melalui empat titik yang kemudian dikenal sebagai *Porter Diamond*.

- "*Factor conditions*" – merupakan elemen-elemen lingkungan struktural (sumber daya alam, tenaga kerja, infrastruktur, institusi, universitas). Faktor-faktor ini merupakan isu pertama untuk kerangka pengembangan kluster.
- "*Demand conditions*" – merupakan kondisi permintaan untuk produk atau jasa di pasar internal. Permintaan akan merangsang inovasi, pencarian metode baru yang bisa terjadi di sepanjang rantai nilainya.
- "*Related industries*" – merupakan aktivitas-aktivitas yang menawarkan produk dan jasa lain, tetapi dengan permintaan yang kurang lebih sama, bisa berinteraksi baik dengan klien atau kluster.
- "*Strategy, structure and rivalry*" – keberadaan pesaing lokal merupakan stimulan yang kuat untuk inovasi dan perbaikan kinerja. Tetapi kerjasama diantara entitas bisnis yang ada juga merupakan faktor penentu.

Untuk melengkapi sistem *diamondnya*, Porter memasukkan dua faktor eksternal ke dalam kluster, yaitu *historical hazards* dan kebijakan publik.



Sumber: Porter (1990)

Skema di atas harus dianalisis dengan cara sistematis, karena dampak dari salah satu kondisi akan tergantung dari kondisi yang lain. Interaksi di dalam klaster umumnya informal, semua pelaku (aktor) bersedia bekerjasama, tetapi mereka tetap menjaga kebebasan untuk memilih peluang-peluang bisnis (kompetisi).

### Metode Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan *case study*. Pendekatan ini dipilih karena mempertimbangkan kompleksitas latar penelitian. Yin (1994) menjelaskan bahwa *case study* merupakan tipe penyelidikan empiris yang mengeksplorasi fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, khususnya ketika batas-batas di dalam fenomena yang diteliti tidak nampak jelas.

Partisipan penelitian berkembang sejalan dengan pelaksanaan penelitian. Partisipan awal berasal dari Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas yang membidangi bidang pariwisata. Berdasar *in-depth interview* dengan bidang pariwisata, peneliti mendapatkan informasi partisipan-partisipan lain yang memahami masalah yang diteliti, misalnya ketua kelompok sadar wisata di beberapa desa wisata, ketua paguyuban pariwisata di desa Ketenger, dan para pegiat pariwisata swasta.

*In-depth interview* yang dilakukan dengan partisipan Dinas Pariwisata dilakukan secara tidak terstruktur karena bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum tentang permasalahan penelitian. Sedangkan wawancara yang dilakukan dengan partisipan yang direkomendasikan dinas secara umum berdasarkan pada *interview protocol*. Setiap wawancara berlangsung kurang lebih antara 60-90 menit, dan direkam. Peneliti melakukan validasi dengan prinsip *member checks*, atau memvalidasi silang informasi yang diperoleh dari masing-masing partisipan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

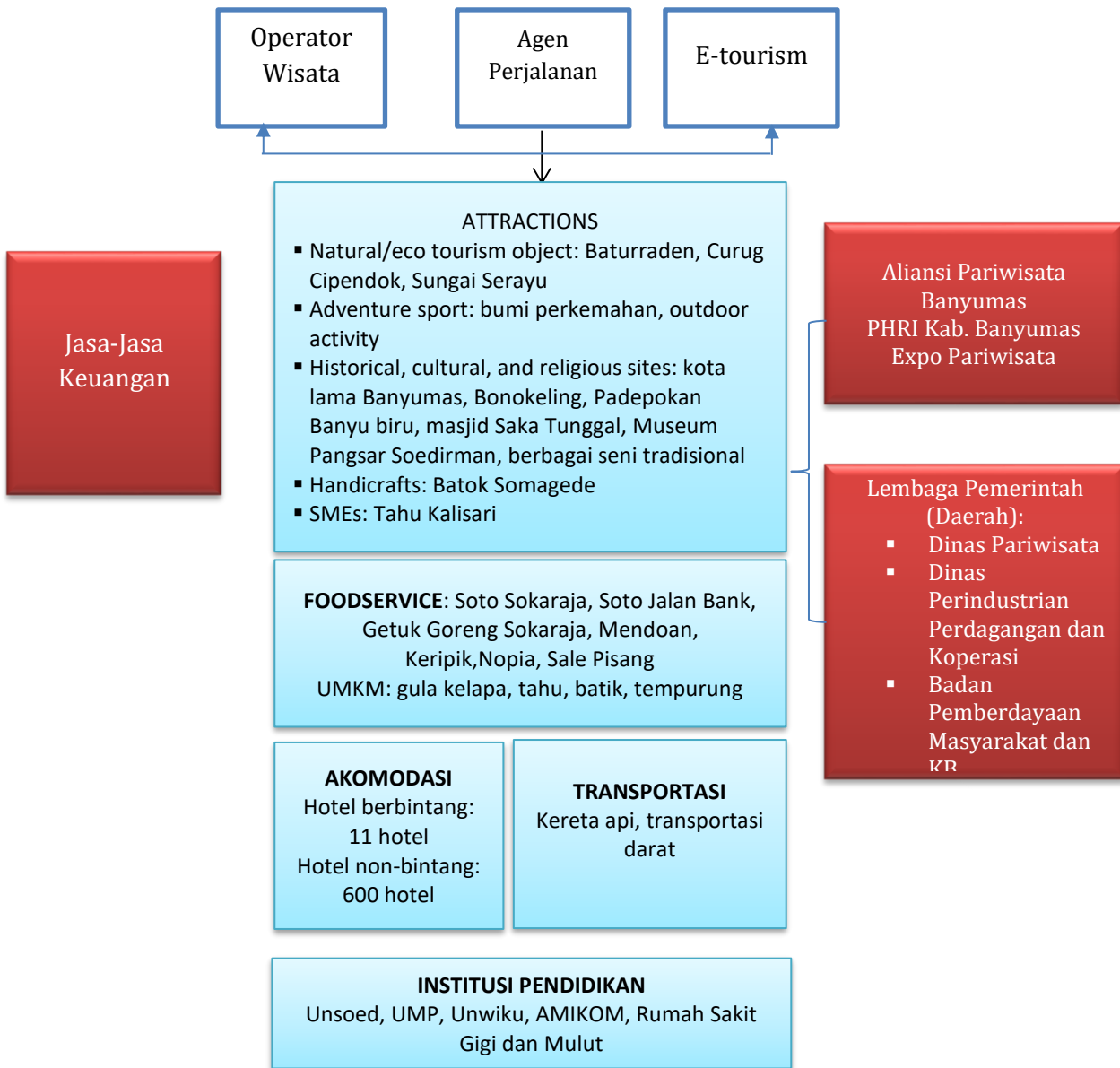
### 1. *Banyumas Tourism Value Chain Analysis*

Dalam konteks pariwisata, rantai nilai mendeskripsikan sejumlah aktivitas dan berbagai aktor yang terlibat mulai dari perancangan produk atau jasa pariwisata, melalui berbagai fase produksi, dan menyampaikannya ke konsumen akhir atau wisatawan. Bauran dari berbagai produk dan jasa yang disampaikan kepada wisatawan memobilisasi berbagai pelaku pariwisata, yang masing-masing melakukan spesialisasi pada berbagai tingkat rantai yang berbeda. Sedangkan industri pariwisata secara luas mensinkronkan interaksi pada rantai nilai lokal untuk menciptakan perluasan rantai nilai yang kadang lingkupnya lebih global. System rantai nilai yang saling terkoneksi ini yang disebut sebagai sistem nilai (*value system*), meliputi rantai nilai pada pemasok pariwisata, rantai nilai pada saluran distribusi, dan rantai nilai pada pembeli pariwisata akhir/wisatawan.

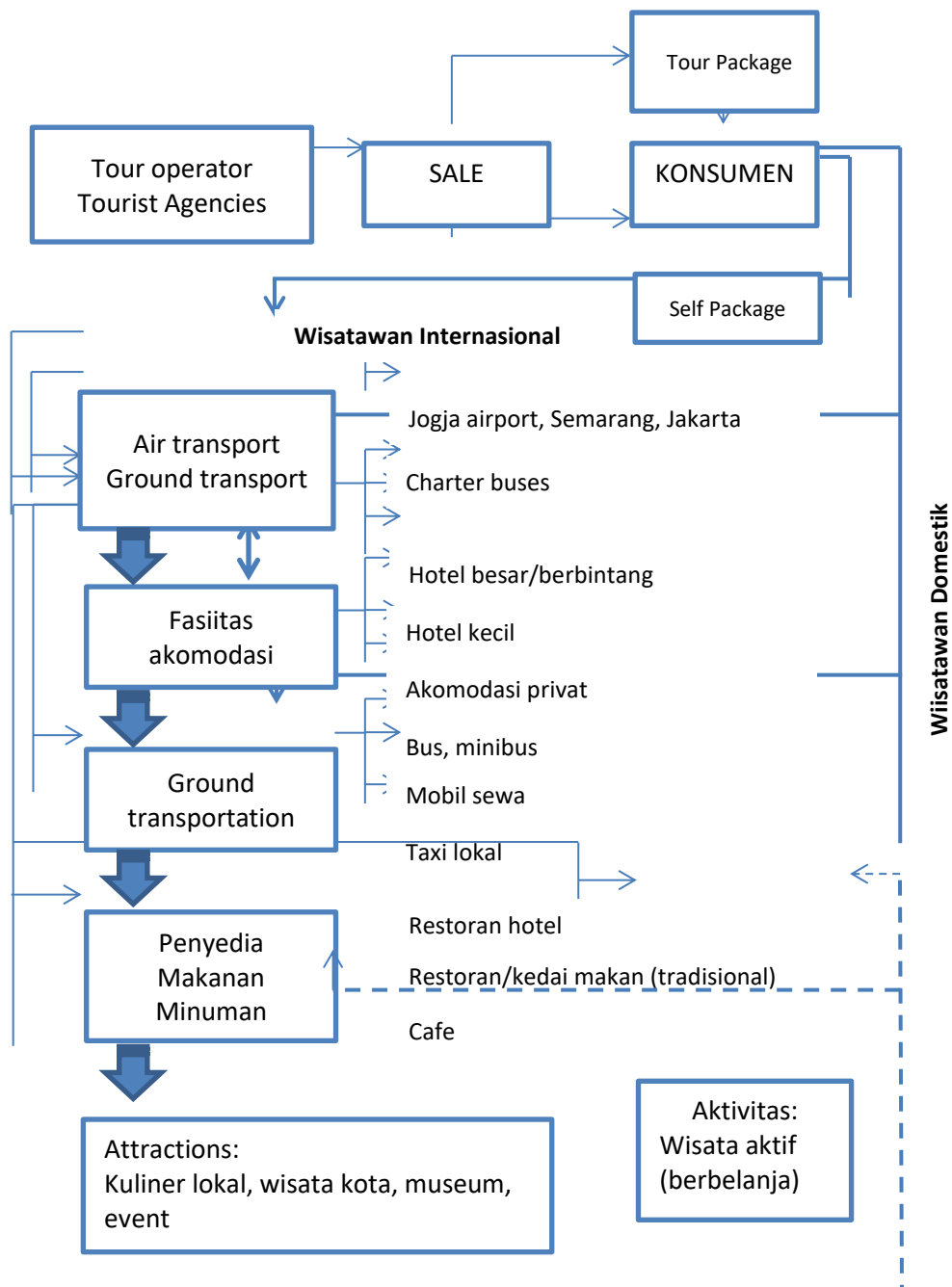
Dua *case* yang dieksplorasi dalam studi ini adalah wisata yang berbasis di perkotaan dan di Baturraden. Partisipan kemudian menggunakan akronim untuk memudahkan diskusi, yaitu:

- 1) **Kembang Rajapurwo**, meliputi area Kembaran, Sumbang, Sokaraja, dan Purwokerto. Fokus spot ini adalah wisata kuliner dan belanja di kota Purwokerto. Perkembangan bisnis kuliner di Purwokerto memang mengalami *booming* kurang lebih dalam 10 tahun terakhir dengan sentra di GOR Satria. Selain itu, Purwokerto dan Sokaraja juga memiliki kuliner yang sudah banyak dikenal oleh wisatawan, misalnya soto Jalan Bank, soto Sokaraja, pusat keripik dan mendoan Jalan Sawangan, Jenang Jaket Mersi, dan sebagainya. Perkembangan yang pesat dalam industri makanan tidak lepas dari semakin berkembangnya Purwokerto sebagai salah satu kota pendidikan. Universitas lain di Purwokerto seperti UMP, STIMIK Amikom, dan beberapa perguruan tinggi swasta lain juga berkembang terindikasi dari semakin tumbuhnya bisnis kuliner dan bisnis lain yang berhubungan dengan mahasiswa.
- 2) **Telur Bakar**, meliputi area Ketenger, Kemutug Lor, Baturraden, dan Karangmangu. Baturraden adalah destinasi wisata yang sudah cukup punya nama, apalagi dengan adanya event pada momen-momen tertentu seperti bulan Suro semakin mengukuhkan Baturraden sebagai destinasi wisata di Banyumas yang layak diunggulkan. Selain menawarkan wisata alam, keberadaan desa wisata di Ketenger juga memperkuat magnet Baturraden karena wisatawan tidak hanya bisa menikmati wisata keindahan alam tetapi juga menikmati wisata yang berbasis pengalaman. Apabila kedua titik utama tadi dikelola dengan optimal, maka desa-desa lain di sekitarnya juga akan menerima dampak positifnya. Desa-desa tersebut bisa berfungsi sebagai supplier baik untuk personil maupun produk-produk kerajinan sebagai cinderamata lokal.

**2. Identifikasi Peta Klaster se-Kabupaten (Cluster Mapping)**



### 3. Kembang Rajapurwo Value Chain (Kembaran, Sumbang, Sokaraja, dan Purwokerto)



### 4. Analisis SWOT Spot Kembang Rajapurwo

#### Kekuatan

- 1) Kuliner lokal cukup beragam dan memiliki kekhasan.
- 2) Aksesibilitas termasuk kategori baik (jalan utama yang bisa dilalui kendaraan bermotor, memiliki stasiun kereta api, dan terminal bus).
- 3) Lokasi Sokaraja yang strategis berada pada jalur antar kota.
- 4) Banyaknya *home industry* batik di sekitar pusat kuliner Sokaraja sehingga potensial menciptakan sinergi.



- 5) Infrastruktur sudah berkembang cukup maju (akomodasi hotel dengan berbagai kelas).
- 6) Ketersediaan lokasi belanja yang beragam.

### **Kelemahan**

- 1) Portofolio produk pariwisata yang masih terbatas sehingga mempengaruhi lama tinggal (*length of stay*) wisatawan.
- 2) Produk wisata yang ditawarkan belum terintegrasi dan belum terstandar.
- 3) Sangat minimnya pusat informasi pariwisata kota.
- 4) Kurangnya kerjasama para pemangku kepentingan pada wilayah pariwisata.
- 5) Belum adanya statistik pariwisata yang terintegrasi antara obyek wisata dan prasarana pendukungnya, seperti hotel dan sebagainya.
- 6) Pengelolaan yang masih lemah pada sisi transportasi untuk mendukung sektor pariwisata.
- 7) Adanya polusi di ruang publik, dan pengelolaan sampah yang masih lemah.
- 8) Destinasi yang ada masih kurang menarik wisatawan asing.
- 9) Purwokerto belum memiliki *brand* yang kuat dan khas sebagai kota tujuan wisata.
- 10) Sensitivitas yang masih lemah terhadap masalah-masalah lingkungan.

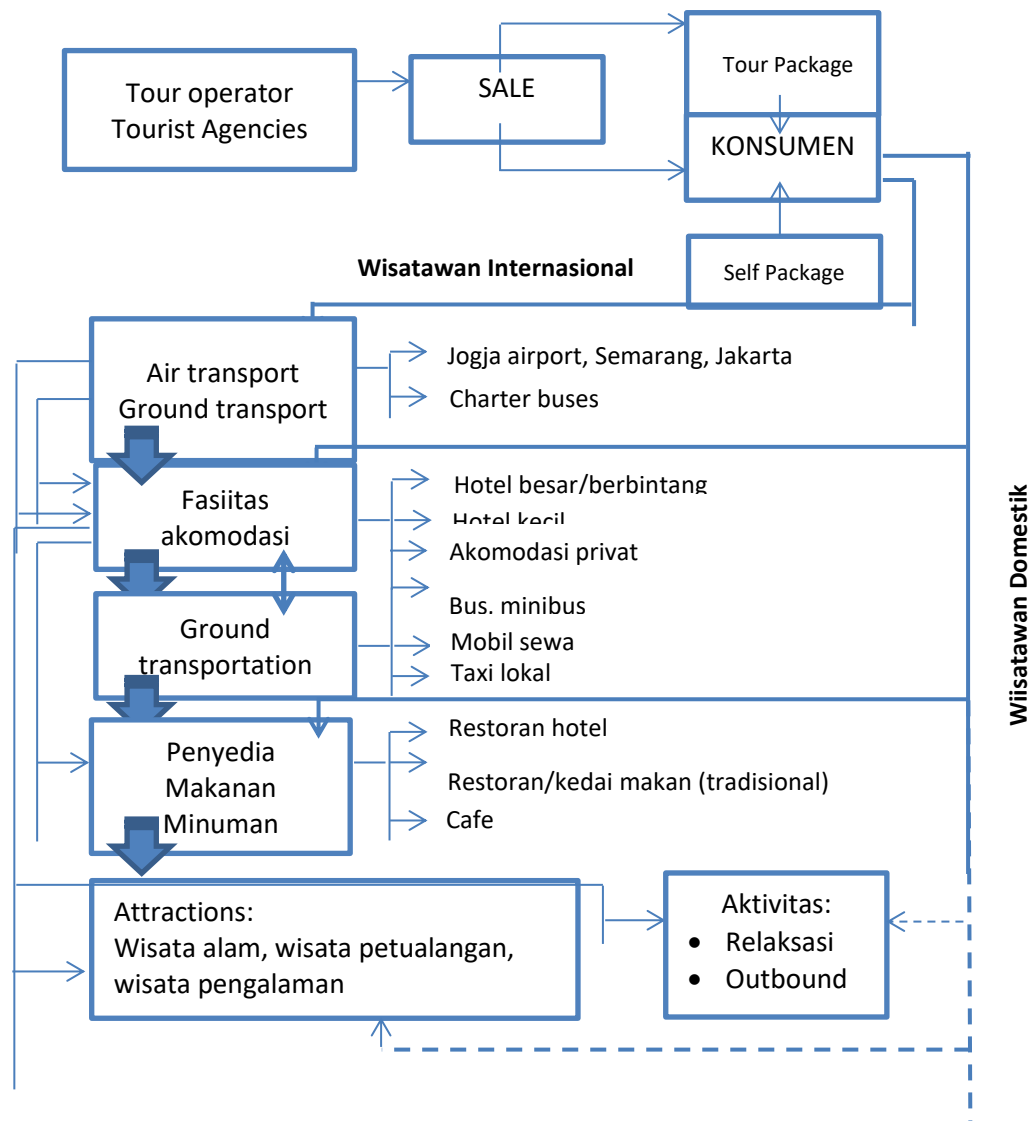
### **Peluang**

- 1) Semakin banyaknya jumlah siswa dari luar daerah yang belajar di Purwokerto.
- 2) Semakin berkembangnya industri kreatif di kota.
- 3) Kedekatan kota dengan obyek-obyek wisata lain baik yang berada di Kab. Banyumas maupun kabupaten sekitarnya.
- 4) Semakin berkembangnya kota Purwokerto sebagai kota jasa dan pendidikan.

### **Ancaman**

- 1) Ancaman degradasi lingkungan akibat penggunaan lahan yang tidak sesuai dengan tata ruang.
- 2) Ancaman keamanan khususnya yang terkait dengan terorisme dan radikalisme.
- 3) Pertumbuhan ekonomi yang melambat atau dibawah prediksi sebagai dampak saling keterkaitan dengan ekonomi global.
- 4) Dinamika politik yang kurang kondusif.

## 5. Telor Bakar Value Chain (Ketenger, Kemutug Lor, Baturraden, dan Karangmangu)



## 6. Analisis SWOT Spot Telor Bakar

### Kekuatan

- 1) Baturraden sebagai obyek wisata sudah memiliki nama yang cukup terkenal.
- 2) Aksesibilitas termasuk kategori baik (jalan utama yang bisa dilalui kendaraan bermotor, memiliki stasiun kereta api, dan terminal bus).
- 3) Infrastruktur sudah berkembang cukup maju (akomodasi hotel dengan berbagai kelas).
- 4) Selain wisata alam, ada desa wisata yang berada dekat dengan Baturraden.

### Kelemahan

- 1) Portofolio produk pariwisata yang masih terbatas sehingga mempengaruhi lama tinggal (*length of stay*) wisatawan.

- 2) Kurangnya kerjasama para pemangku kepentingan pada wilayah pariwisata.
- 3) Belum adanya statistik pariwisata yang terintegrasi antara obyek wisata dan prasarana pendukungnya, seperti hotel dan sebagainya.
- 4) Adanya polusi di ruang publik, dan pengelolaan sampah yang masih lemah.
- 5) Sensitivitas yang masih lemah terhadap masalah-masalah lingkungan.

**Peluang**

- 1) Minat wisata yang berbasis pengalaman yang semakin besar.
- 2) Semakin berkembangnya kota/kabupaten di sekitar wilayah Kab. Banyumas.
- 3) Kedekatan kota dengan obyek-obyek wisata lain baik yang berada di Kab. Banyumas maupun kabupaten sekitarnya.

**Ancaman**

- 1) Ancaman status gunung Slamet yang signifikan dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan.
- 2) Pertumbuhan ekonomi yang melambat atau dibawah prediksi sebagai dampak saling keterkaitan dalam ekonomi dunia.
- 3) Ancaman degradasi lingkungan akibat penggunaan lahan yang tidak sesuai dengan tata ruang.

**7. Destination Analysis**

Berikut Check List Observasi kelayakan pengembangan dan pembangunan pariwisata di masing-masing spot wisata. Tabel Check List Observasi kelayakan pengembangan dan pembangunan pariwisata dikaitkan dengan konsep 4A “*Tourism product*” dan kemampuan daya dukung Kabupaten Banyumas berhubungan dengan potensi pengembangan Pariwisata.

No	Atribut	SPOT WISATA BANYUMAS	
		1	2
1.	Keragaman daya tarik ( <i>attraction</i> )	**	**
2.	Jarak dan waktu tempuh ( <i>acesable</i> )	***	***
3.	Fasilitas ( <i>amenities</i> )	***	***
4.	Lembaga pariwisata ( <i>ancillary</i> )	**	**

*Catatan:*

- 1) Kembang Rajapurwo: Kembaran, Sumbang, Sokaraja, dan Purwokerto.
- 2) Telor Bakar: Ketenger, Kemutug Lor, Baturraden, dan Karangmangu.
  - \* : Kurang Layak,
  - \*\* : Layak,
  - \*\*\* : Sangat Layak,
  - \*\*\*\* : Sangat layak dan telah populer

## **KESIMPULAN**

Keberhasilan pengembangan pariwisata di kabupaten Banyumas ditentukan oleh sinergi diantara berbagai pemangku kepentingan, mulai dari dinas yang membidangi, organisasi perangkat daerah yang relevan, perhimpunan hotel dan restoran, kelompok sadar wisata, agen perjalanan wisata, perguruan tinggi, dan sebagainya. Studi ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi, sehingga perlu upaya yang lebih intensif untuk mengoptimalkan komunikasi di antara berbagai institusi tersebut. Aspek komunikasi teridentifikasi sebagai kendala yang harus diupayakan segera diatasi. Organisasi perangkat daerah sebagian besar masih memandang sektor pariwisata secara parsial, atau hanya menjadi tugas pokok dan fungsi institusi tertentu, padahal sektor pariwisata merupakan sektor yang multidimensi atau lintas sektoral.

## **IMPLIKASI DAN SARAN RISET MENDATANG**

Aksesibilitas destinasi wisata pada kedua *case* tersebut sudah sangat baik, apalagi dengan pembangunan infrastruktur yang jauh lebih baik saat ini, seperti pembangunan jalan tol, kereta api, dan bandar udara di Kabupaten Purbalingga. Perkembangan tersebut harus diantisipasi dengan pengembangan sektor pariwisata yang lebih terkoordinasi dan holistik, sehingga destinasi pariwisata di Kabupaten Banyumas bisa meningkatkan posisi kompetitifnya.

Berbagai hal yang bisa direkomendasikan baik untuk tujuan praktis maupun teoritis adalah: 1) rantai nilai pariwisata pada kedua *case* riset ini dirinci hingga ke tahap yang lebih terukur. Hal ini tidak bisa dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata saja, melainkan harus bersinergi dengan dinas atau lembaga lain karena pariwisata bersifat lintas sektoral. 2) Mengoptimalkan kerjasama kelembagaan khususnya dengan agen/biro perjalanan wisata misalnya dengan memberikan insentif yang menarik bagi agen perjalanan yang mempromosikan dan melakukan kunjungan wisata ke Banyumas. 3) mendorong kerjasama dengan hotel-hotel di Banyumas untuk menggunakan bahan baku lokal khususnya yang berkaitan dengan makanan lebih dominan dan mempromosikan berbagai produk lokal secara

kreatif sehingga ada kekhasan tersendiri meskipun hotel-hotel tersebut merupakan hotel jejaring nasional yang umumnya memiliki standar yang dikembangkan sendiri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *case study* yang termasuk dalam ragam riset kualitatif. Pengembangan destinasi pariwisata tidak bisa dilepaskan dari aspek masyarakatnya sehingga eksplorasi tentang sikap masyarakat terhadap upaya pengembangan pariwisata juga perlu dieksplorasi. Oleh karena itu, riset mendatang bisa menggunakan pendekatan *mixed-method* yang mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif tepat digunakan untuk mengevaluasi sikap masyarakat dengan menggunakan sampel besar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asheim, B., P. Cooke., R. Martin. 2006. *Clusters and Regional Development: Critical reflections and explorations*. Routledge, Abingdon, Madison Avenue, New York, USA.
- Brga, N.P., J.P.R. Lima., M.F. Gatto. 2013. Role of the Tourism Cluster of Porto de Galinhas in the Local Development. *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 8, Februari, 93-104.
- Gayatri, A. 2009. Model Rantai Nilai Kayu Jati (*Tectona Grandis* L.f) di Kesatuan Pemangku Hutan Bojonegoro Perum Perhutani Unit II Jawa Timur. Tesis Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Tidak Dipublikasikan.
- Liou, K.T. 2009. Local Economic Development in China and the United States. *Public Administration Review*, December, Special Issue.
- Lin, C., C. Dosmukhambetov., R. Folkman., K. Khrisnan. 2013. Jerusalem Tourism Cluster: Microeconomics of Competitiveness.
- OECD Background Report. 2007. Enhancing the Role of SMEs in Global Value Chains.
- Parlinah, N. 2010. Rantai Nilai (Value Chain) Mebel Kayu Mahoni Jepara. Tesis Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, Tidak Dipublikasikan.
- Porter, M.E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. 1985. *Competitive Advantage*. New York, The Free Press.
- Noordin, S. 2003. *Tourism Clustering and Innovation. Path to Economic Growth and Development*. European Tourism Research Institute, östersund, Sweden.
- Schejbal, C. 2012. Clusters in Tourism. *Acta Geoturistica*. Vol. 3, No.1, 1-7.
- Yin, R. K. (1994). *Case study research design and methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.