

ANALISIS RESPONS MASYARAKAT TERHADAP INTERNATIONAL TOUR DE BANYUWANGI IJEN PADA TAHUN 2024 DI KABUPATEN BANYUWANGI

Oleh

Beby Dwi Febriyanti^{1*}, Bitsyi Naviri Ismaniar², Dheanita Sekarini Octanisa³, Khoirunisa⁴

^{1,2,3,4}Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

Email: ^{1*}bebydwi@poliwangi.ac.id

Article History:

Received: 08-11-2024

Revised: 17-11-2024

Accepted: 11-12-2024

Keywords:

Community Response, ITdBI, Banyuwangi Regency

Abstract: *The annual agenda is an integral part of a district's development strategy to attract tourists to visit. Banyuwangi is one of the districts that has a lot of natural, cultural, and man-made potential that can attract tourists to visit. The Banyuwangi Regency Government took advantage of the opportunity by holding an annual agenda to develop tourism, economy, social, and culture, namely by organizing the International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI). ITdBI is an international competition that is the pride of Banyuwangi residents and is the only road race bicycle race in Indonesia that has been on the official agenda of the World Cycling Federation, UCI (Union Cycliste Internationale) since 2012. Participants in the ITdBI event involved hundreds of athletes, coaches and officials from various countries. The international bicycle racing event "International Tour de Banyuwangi Ijen" (ITdBI) is one of the strategic efforts to promote leading tourist destinations such as Ijen Crater in Banyuwangi. This event not only attracts the attention of bicycle racing fans from home and abroad, but also attracts tourists who want to witness the natural scenery and challenge themselves with extreme racing tracks. In the last five years, this event has shown a positive impact on the increase in the number of tourist visits. Therefore, it is important to examine the public's response to the ITdBI event and the impact of ITdBI on the people of Banyuwangi Regency.*

PENDAHULUAN

Agenda tahunan kota/kabupaten merujuk pada rangkaian acara atau kegiatan rutin yang diselenggarakan setiap tahun di tingkat kota untuk mencapai berbagai tujuan sosial, budaya, ekonomi, dan komunitas. Kegiatan ini melibatkan berbagai jenis acara seperti festival, pameran, lomba, konser, dan acara olahraga yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat kota/kabupaten. Agenda tahunan kota merupakan bagian integral dari strategi pengembangan kota/kabupaten, berfungsi untuk memperkuat

ikatan komunitas, mempromosikan kebudayaan lokal, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat kohesi sosial.

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang memiliki banyak potensi beragam yang dapat dimanfaatkan untuk perkembangan pariwisata dan memiliki festival rutin tahunan untuk menarik wisatawan. Salah satu daya tarik pariwisata alam yang sangat terkenal hingga mancanegara adalah kawasan Gunung Ijen. Selain potensi alam Gunung Ijen, pemerintah Kabupaten Banyuwangi memanfaatkan peluang ini dengan mengadakan event di bidang olahraga yang bekerjasama dengan Federasi Balap Sepeda Dunia, UCI (*Union Cycliste Internationale*).

Balap sepeda bersama UCI yang bertajuk International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI) menjadi agenda rutin tahunan yang sudah berjalan sejak tahun 2012 dan sempat terhenti selama empat tahun karena pandemi. ITdBI menjadi salah satu acara yang dapat menjadi sorotan dunia (Pamdubi, 2022). Potensi wilayah jalan yang dijadikan sebagai rute *race* di Banyuwangi cukup menarik bagi para atlet. Mengutip dari pendapat Mahmud selaku Race Director ITdBI di laman banyuwangikab.go.id, Tour de Ijen menjadi salah satu yang diincar oleh pembalap. Salah satu track paling menantang dan sulit di Asia adalah track ke Gunung Ijen.

Pada tahun 2024 ITdBI diadakan pada 22-25 Juli dengan melalui 4 etape. Pada tiap etape yang mudah dijangkau, melibatkan banyak masyarakat sebagai penonton hingga pelaku kuliner. Untuk menyemarakkan kegiatan tersebut, pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga mengajak sekolah-sekolah untuk mengikutsertakan siswanya sebagai penonton. Acara ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan dan rekreasi bagi masyarakat, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat identitas kota. Meskipun demikian, keberhasilan *event* tidak hanya ditentukan oleh perencanaan dan pelaksanaan acara itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana masyarakat meresponss dan berpartisipasi dalam acara tersebut.

Berbicara mengenai respons masyarakat tentang adanya *event* yang sebagian menggunakan fasilitas umum tentu tiap individu memiliki pandangannya masing-masing. Beberapa individu mungkin sangat antusias, sementara yang lain mungkin merasa kurang terlibat atau bahkan terganggu. Keterlibatan masyarakat dan penerimaan mereka terhadap *event* kota merupakan faktor kunci dalam menentukan dampak keseluruhan dari acara tersebut terhadap komunitas. Respons inilah yang dapat memberikan masukan informasi kepada pengelola *event* untuk mempertahankan dan meningkatkan atau memperbaiki kekurangan yang ada.

Indikator respons dapat dibagi menjadi dua kategori utama: respons positif atau penerimaan, serta respons negatif atau penolakan terhadap rangsangan atau stimulus yang diberikan (Maulana & Qadariyah, 2019). ITdBI yang sebagian rute melalui jalan poros utama tentu akan memiliki dampak terhadap beberapa sektor meskipun hanya dalam beberapa kurun waktu saat berlangsungnya acara saja. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis respons yang disampaikan dari masyarakat terhadap adanya kegiatan tahunan ITdBI.

LANDASAN TEORI

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten berada di Provinsi Jawa Timur yang

memiliki beragam potensi dan daya tarik wisata. Salah satu daya tarik wisata di Banyuwangi adalah *International Tour de Banyuwangi Ijen* (ITdBI). *International Tour de Banyuwangi Ijen* (ITdBI) merupakan kompetisi internasional yang menjadi kebanggaan warga Banyuwangi dan menjadi satu-satunya balap sepeda *road race* di Indonesia yang masuk agenda resmi Federasi Balap Sepeda Dunia, UCI (Union Cycliste Internationale) sejak tahun 2012.

Peserta pada event ITdBI melibatkan ratusan atlet, pelatih dan *official* dari berbagai Negara, sehingga dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan event tersebut mampu menarik antusias kunjungan wisatawan dan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung (Triansya & Budisetyorini, 2018). Hal demikian senada dengan pendapat (Hemmonsby & Tichaawa, 2019) bahwa pariwisata olahraga dapat dijadikan sebagai salah satu kegiatan rutin tahunan yang di dalamnya mengandung unsur promosi 'branding' bagi sebuah daerah.

Event balap sepeda internasional "International Tour de Banyuwangi Ijen" (ITdBI) adalah salah satu upaya strategis untuk mempromosikan destinasi wisata unggulan seperti Kawah Ijen di Banyuwangi. Event ini tidak hanya menarik perhatian penggemar balap sepeda dari dalam dan luar negeri, tetapi juga menarik wisatawan yang ingin menyaksikan pemandangan alam serta menantang diri dengan jalur balap yang ekstrem. Salah satu rute utama dalam event ini adalah jalur menuju Kawah Ijen, yang menawarkan panorama pegunungan dan keindahan alam yang khas.

Pemerintah Daerah Banyuwangi menggunakan ITdBI sebagai salah satu alat promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kawah Ijen. Dengan menggabungkan kompetisi olahraga dan pariwisata, event ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan daya tarik alam dan budaya Banyuwangi kepada dunia.

Berdasarkan beberapa studi (Fourie & Santana-Gallego, 2011; Fitroh et al., 2017; Dzikirirazak et al., 2018), dalam lima tahun terakhir, event ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisata, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Tren kunjungan wisatawan yang meningkat menunjukkan bahwa ITdBI mampu menjadi media promosi yang efektif untuk meningkatkan motivasi kunjungan wisatawan ke Kawah Ijen.

1. Respons Masyarakat

Dalam menghadapi pariwisata, masyarakat tidak bersifat pasif tetapi selalu menunjukkan respons yang dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata. Respons masyarakat terhadap pengembangan pariwisata adalah tanggapan, reaksi yang diberikan oleh masyarakat terhadap pengembangan pariwisata di daerah mereka. Menurut Azwar (2022:14) respons adalah suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut. Respons hanya timbul apabila individu dihadapkan pada stimulus yang menghendaki adanya reaksi individu. Ahimsa-Putra (2011) menambahkan bahwa respons berasal dari bahasa Inggris "*responsd*" yang berarti "tanggapan" dapat dilakukan melalui kata-kata biasa atau disebut sebagai "jawaban" atau melalui perilaku atau tindakan. Respons seseorang dapat dalam bentuk baik dan buruk, positif atau negatif menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sehingga respons masyarakat merupakan suatu tanggapan atau reaksi baik secara positif maupun negatif yang berasal dari sifat masyarakat secara langsung maupun tidak langsung bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, kebutuhan mempertahankan diri, dan memperjuangkan harapan harapannya.

Menurut Ritohardoyo (2003) bahwa dalam pelaksanaannya respons terhadap pariwisata meliputi tiga manifestasi; (1) menilai baik buruknya suatu objek menurut presentase untung dan rugi yang diperoleh, (2) pendapat tentang menerima atau menolak objek, dan (3) ikut berperan dalam aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan objek tersebut. Respons masyarakat terhadap pembangunan pariwisata menyoroti reaksi, tanggapan dari masyarakat terhadap atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas di sebuah daya tarik wisata. Dapat disimpulkan bahwa respons masyarakat adalah tanggapan masyarakat tuan rumah atau Masyarakat lokal (yang berada di sekitar destinasi wisata) terhadap objek pengamatan dalam hal ini program pemerintah dalam pengembangan pariwisata di daerahnya.

2. Sport Tourism

Sport tourism atau biasa yang disebut dengan pariwisata olahraga merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia. Olahraga dan pariwisata adalah gabungan aktivitas yang sangat menguntungkan jika digabungkan bersama, banyak hal positif yang bisa didapatkan dari kegiatan olahraga pariwisata (Suratmin, 2018). *Sport tourism* adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan aktivitas olahraga sebagai daya tarik utama. *Sport tourism* meliputi semua pengalaman yang didapatkan dari melakukan atau mempraktekkan kegiatan olahraga maupun sekedar untuk menikmati aktivitas olahraga sebagai tontonan atau hiburan, yang membutuhkan perjalanan dari tempat tinggal serta tempat kerjanya.

Biasanya disebut dengan istilah *sport tourism* yang dimaksud dengan jenis pariwisata ini adalah perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu (Yoeti, 1996). Menurut Toho dalam Suratmin (2018:31) bahwa *sport tourism* adalah semua kegiatan aktif dan pasif dalam olahraga atau partisipasi secara informal dan terorganisasi bukan komersial atau bisnis dan harus meninggalkan rumah atau tempat kerja.

Kegiatan dalam pariwisata olahraga terbagi menjadi dua yaitu pariwisata olahraga aktif dan pariwisata olahraga pasif. Pariwisata olahraga aktif adalah orang-orang yang melakukan perjalanan untuk berpartisipasi dalam acara olahraga. Kategori wisata olahraga aktif seperti golf, tenis, memancing, berselancar, dan bersepeda. Sedangkan pariwisata olahraga pasif adalah pariwisata olahraga yang tidak melibatkan wisatawan secara langsung dalam seperti Olimpiade dan kejuaraan sepak bola Piala Dunia (Ross, 2001:3). Adapun jenis-jenis *sport tourism* lain seperti, All England, pertandingan tinju, sepak bola, trail motor, *diving*, *rafting*, *hiking*, lari, sepeda balap, memancing, jet ski, marathon, triathlon, panjat tebing.

Berbagai kota dan di berbagai negara, pariwisata olahraga digunakan untuk mendorong dan mempromosikan daya tarik wisata di wilayahnya, maupun menggunakan olahraga atau pertunjukan atau pertandingan olahraga sebagai kendaraan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. *Sport tourism* memiliki efek yang baik terhadap perkembangan pariwisata secara umum, dan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah (Nicolau dkk, 2017; Yeh dkk, 2016). Di Indonesia pariwisata olahraga masih merupakan fenomena baru, pengembangan pariwisata olahraga mulai banyak dilakukan, terlebih saat ini Indonesia telah masuk agenda pariwisata olahraga dunia. Oleh karena itu, pariwisata olahraga saat ini mendapat perhatian besar dari pemerintah, sektor swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademisi dan masyarakat.

3. Tour de Ijen

Tour de Ijen adalah event kejuaraan balap sepeda resmi dari Persatuan Balap Sepeda Internasional (Union Cycliste International) yang diselenggarakan setiap tahun di Banyuwangi. Kejuaraan yang pertama kali diselenggarakan pada tahun 2012 ini merupakan balapan jalan raya jarak jauh yang umumnya diadakan sekitar bulan November hingga Desember dan berlangsung selama 4 hari, dan masuk pada agenda rutin Federasi Balap Sepeda Dunia Union Cycliste Internationale (UCI) sebagai atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan, khususnya wisatawan dengan motif olahraga

Adapun maksud diadakannya event Tour De Banyuwangi Ijen adalah sebagai sarana publikasi dan promosi Kabupaten Banyuwangi di kancah nasional, regional dan internasional agar nama Kabupaten Banyuwangi bisa dikenal luas beserta segala potensinya sehingga mampu mendorong sebagai daerah tujuan wisata dan tujuan investasi, baik investasi dalam negeri (PMDN) maupun investasi asing (PMA).

Peserta pada event ITdBI melibatkan ratusan atlet, pelatih dan official dari berbagai Negara, sehingga dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan event tersebut mampu menarik antusias kunjungan wisatawan dan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung (Triansya & Budisetyorini, 2018). Hal demikian senada dengan pendapat (Hemmonsby & Tichaawa, 2019) bahwa pariwisata olahraga dapat dijadikan sebagai salah satu kegiatan rutin tahunan yang di dalamnya mengandung unsur promosi 'branding' bagi destinasi wisata

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan subjektif yang sistematis berdasarkan realitas dan menunjukkan kehidupan masyarakat, tingkah laku, dan pergerakan sosial (Ghony dan Almashur, 2012). Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik observasi dan wawancara. Observasi ini dilakukan dengan memerhatikan secara saksama fenomena tingkah laku masyarakat, selama proses kegiatan berlangsung serta keadaan lalu lintas yang menjadi rute *etape tour*. Peneliti melakukan wawancara secara langsung dan tidak langsung untuk mengetahui respon masyarakat. Adapun wawancara langsung itu dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber dengan menggunakan teknik wawancara bebas. Untuk melengkapi kebutuhan data, maka peneliti menggunakan juga wawancara tidak langsung yang dibantu dengan pembuatan kuesioner. Kuesioner ini untuk melengkapi dan menjangkau data yang lebih luas dengan memanfaatkan *google form*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Menurut Miles & Huberman dalam Sugiono (2017), mengemukakan bahwa analisis data merupakan proses sistematis menghubungkan dan menghimpun data hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Analisis data dilaksanakan dalam tiga proses, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, lokasi berada pada Kabupaten Banyuwangi yang meliputi desa-desa yang dilalui sebagai jalur *International Tour de Banyuwangi Ijen*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respons masyarakat terhadap *International Tour de Banyuwangi Ijen* (ITdBI). Waktu penelitian dilakukan sejak Oktober hingga November 2024.

1) Analisis Respon Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis terhadap narasumber dan responden dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dari berbagai latar belakang Masyarakat Banyuwangi, berkaitan dengan respons masyarakat terhadap ITdBI didapatkan hasil sebagai berikut

a) Tanggapan Masyarakat terhadap ITdBI

Tabel 3 Tanggapan Masyarakat

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	14	14%
4 = Setuju	53	53%
3 = Netral	20	20%
2 = Tidak Setuju	11	11%
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 14% masyarakat sangat setuju dengan event *International Tour De Banyuwangi Ijen* yang diadakan di Banyuwangi setiap tahun. Sedangkan 53% masyarakat memilih setuju, 20 % memilih untuk netral, 11% memilih tidak setuju, dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih. Hal ini menandakan sebagian besar masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap ITdBI. Namun ada beberapa masyarakat yang memberikan tanggapan negatif dengan memilih tidak setuju.

b) Event *International Tour De Banyuwangi Ijen* memberikan manfaat positif untuk pariwisata Banyuwangi

Tabel 4 Manfaat Positif Event ITdBI untuk Pariwisata Banyuwangi

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	73	73%
4 = Setuju	20	20%
3 = Netral	5	5%
2 = Tidak Setuju	0	0%
1 = Sangat Tidak Setuju	2	2%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 73% masyarakat sangat setuju dengan event *International Tour De Banyuwangi Ijen* yang dapat memberikan manfaat positif bagi industri pariwisata Banyuwangi. Sedangkan 20% masyarakat memilih setuju, 5 % memilih untuk netral, 0% memilih tidak setuju, dan 2% memilih sangat tidak setuju. Hal ini menandakan sebagian besar masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap ITdBI. Namun ada beberapa masyarakat yang memberikan tanggapan negatif dengan memilih tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa dengan ITdBI menurut masyarakat dapat memberikan manfaat baik bagi dunia pariwisata di Banyuwangi.

c) Pendapatan masyarakat meningkat karena event *International Tour De Banyuwangi Ijen*

Tabel 5 Peningkatan Pendapatan Masyarakat melalui event ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	13	13%
4 = Setuju	20	20%
3 = Netral	64	64%
2 = Tidak Setuju	2	2%
1 = Sangat Tidak Setuju	1	1%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 13% masyarakat sangat setuju dengan event International Tour De Banyuwangi Ijen yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Sedangkan 20% masyarakat memilih setuju, 64% memilih untuk netral, 2% memilih tidak setuju, dan 1% memilih sangat tidak setuju. Hal ini menandakan sebagian besar masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap ITdBI. Ada pula respons negatif dengan masyarakat beranggapan bahwa diadakannya ITdBI tidak meningkatkan pendapatan masyarakat. 2% yang memilih sangat tidak setuju dan 1% yang memilih sangat tidak setuju berasal dari masyarakat yang tidak merasakan adanya peningkatan pendapatan pribadinya.

d) Banyak Wisatawan Nusantara yang Datang ke Banyuwangi untuk Melihat Event International Tour De Banyuwangi Ijen

Tabel 6 Kedatangan Wisatawan Lokal/Nusantara untuk ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	15	15%
4 = Setuju	18	18%
3 = Netral	61	61%
2 = Tidak Setuju	3	3%
1 = Sangat Tidak Setuju	3	3%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 15% masyarakat sangat setuju dengan event International Tour De Banyuwangi Ijen yang dapat mendatangkan wisatawan lokal untuk mengunjungi Banyuwangi. Sedangkan 18% masyarakat memilih setuju, 61% memilih untuk netral. Hal ini menandakan sebagian besar masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap ITdBI yang dapat mendatangkan wisatawan lokal/nusantara. Respons negatif masyarakat yang beranggapan bahwa ITdBI tidak mendatangkan wisatawan lokal juga dimunculkan dengan adanya yang memilih tidak setuju sebanyak 3% dan sangat tidak setuju sebanyak 3%.

e) Banyak wisatawan asing yang datang ke Banyuwangi untuk melihat event International Tour De Banyuwangi Ijen

Tabel 7 Kedatangan Wisatawan asing untuk ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	17	17%
4 = Setuju	40	40%
3 = Netral	33	33%
2 = Tidak Setuju	10	10%
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 17% masyarakat sangat setuju dengan event International Tour De Banyuwangi Ijen yang dapat mendatangkan wisatawan

asing untuk mengunjungi Banyuwangi. Sedangkan 40% masyarakat memilih setuju, 33% memilih untuk netral. Hal ini menandakan sebagian besar masyarakat memberikan tanggapan positif terhadap ItdBI yang dapat mendatangkan wisatawan asing. Tentunya melalui *event* ini, banyak diikuti oleh pebalap asing yang tentunya akan bersama dengan tim ataupun keluarga. Respons negatif masyarakat yang beranggapan bahwa ItdBI tidak mendatangkan wisatawan asing juga dimunculkan dengan adanya yang memilih tidak setuju sebanyak 10%. Sebagian masyarakat tidak merasakan adanya kunjungan wisatawan asing meskipun telah diadakan event berskala internasional tersebut.

f) International Tour De Banyuwangi Ijen menjadi salah satu daya tarik wisata Banyuwangi

Tabel 8 ITdBI menjadi salah satu daya tarik wisata Banyuwangi

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	18	18%
4 = Setuju	80	80%
3 = Netral	2	2%
2 = Tidak Setuju	0	0%
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 18% masyarakat sangat setuju dengan event International Tour De Banyuwangi Ijen yang dapat menjadi daya tarik wisata Banyuwangi. Sedangkan 80% masyarakat memilih setuju dan 2% memilih untuk netral. Sedangkan respons negatif yang ditandai dengan pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada masyarakat yang memilih opsi tersebut. Artinya, dari data ini didapatkan informasi bahwa masyarakat merespons positif dan tidak ada respons negatif yang diberikan. Dengan demikian, upaya pemerintah untuk mengembangkan daya tarik wisata di Banyuwangi dengan membuat event olahraga dikatakan berhasil, bukan suatu hal yang sia-sia atau hanya sekedar menghabiskan anggaran.

g) Masyarakat umum wajib berpartisipasi pada event International Tour De Banyuwangi mempengaruhi pariwisata di Banyuwangi

Tabel 9 Partisipasi masyarakat umum pada ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	2	2
4 = Setuju	64	64
3 = Netral	22	22
2 = Tidak Setuju	12	12
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan sebesar 2% masyarakat memilih sangat setuju, 64% memilih setuju, dan 22% memilih netral. Jumlah persentase yang didapat totalnya sebagian besar merasa keterlibatan masyarakat umum dapat mempengaruhi pariwisata di Banyuwangi melalui event ITdBI. Hal ini dikarenakan dengan keterlibatan masyarakat turut memeriahkan sebagai penonton menambah semaraknya acara. Selain itu, masyarakat juga dapat turut mempromosikan kegiatan/event ini ke khalayak dan melalui promosi itu dapat menarik kehadiran wisatawan. Namun, selain respons positif tersebut, juga ada jawaban dengan respons negatif yang sebanyak 12% masyarakat memilih tidak

setuju dengan keterlibatan masyarakat. Berdasarkan wawancara, yang memilih tidak setuju ini berasal dari sopir kendaraan yang merasa terganggu dengan adanya event tersebut serta pihak pendidikan yang merasa dengan melibatkan siswa dan mengorbankan jam belajarnya merupakan hal yang kurang relevan.

h) Siswa sekolah dasar-menengah atas libur karena ada event International Tour De Banyuwangi Ijen

Tabel 10 Liburnya siswa sekolah

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	5	5%
4 = Setuju	6	6%
3 = Netral	72	72%
2 = Tidak Setuju	13	13%
1 = Sangat Tidak Setuju	4	4%

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan respons positif sebesar 5% masyarakat memilih sangat setuju, 6% memilih setuju, dan 72% memilih netral. Sedangkan respons masyarakat yang memilih tidak setuju sebanyak 13% dan sangat tidak setuju sebanyak 4%. Apabila ditotal, antara respons positif dan negatif lebih banyak yang negatif, karena yang memilih untuk tidak setuju jumlahnya lebih besar daripada yang setuju. Dengan meliburkan atau mengosongkan jam siswa sekolah dasar hingga menengah atas untuk menjadi penyorak di etape yang dilalui oleh *event ITdBI* banyak yang memilih netral.

i) Kebanggaan Masyarakat Terhadap Event-event International Tour De Banyuwangi Ijen

Tabel 11 Kebanggaan Masyarakat terhadap event ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	89	89%
4 = Setuju	7	7%
3 = Netral	4	4%
2 = Tidak Setuju	0	0%
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0%

Berdasarkan tabel di atas, rasa bangga masyarakat terhadap event ITdBI didapatkan hasil 89% sangat setuju, 7% memilih setuju, dan 4% memilih netral. Tidak ada masyarakat yang memilih untuk tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Artinya, masyarakat Banyuwangi memiliki rasa kebanggaan dengan event internasional yang dimiliki oleh Banyuwangi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat senang jika ada banyak tamu asing dan merasa bangga ketika keindahan Banyuwangi dipuji oleh wisatawan asing tersebut. Anak sekolah juga Merasa senang dan bangga ketika dimintai bantuan untuk menjadi penyemarak/penyorak ketika para pebalap lewat di depan mereka.

j) Kesiediaan masyarakat turut menyebarkan informasi adanya event International Tour De Banyuwangi Ijen

Tabel 12 Kesiediaan Masyarakat untuk Menyebarkan informasi pada event ITdBI

Skala Likert	Total Pemilih	Persentase
5 = Sangat Setuju	70	70
4 = Setuju	30	30

3 = Netral	0	0
2 = Tidak Setuju	0	0
1 = Sangat Tidak Setuju	0	0

Berdasarkan data tabel di atas, didapatkan respons sebanyak 70% memilih sangat setuju, 30% memilih setuju. Sedangkan respons tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih. Dengan demikian, secara keseluruhan mengenai ketersediaan masyarakat untuk mau menjadi bagian dari pelaku promosi wisata melalui event ITdBI direspons dengan positif. Masyarakat bersedia bahkan dengan suka rela menyebarkan informasi mengenai event tersebut. Biasanya masyarakat akan menyebarkannya melalui media sosial pribadinya. Masyarakat menunjukkan kebanggaannya terhadap adanya event berskala internasional ini di tempat tinggalnya yaitu Banyuwangi.

Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjudul, dan seterusnya.

2) Dampak ItdBI

Event atau acara merupakan momen yang sering kali menjadi pusat perhatian masyarakat, baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional. Sebuah event dapat mencakup berbagai jenis, mulai dari festival budaya, konser musik, pameran bisnis, hingga konferensi akademik. Setiap event yang diselenggarakan memiliki dampak yang dapat dirasakan oleh banyak pihak, mulai dari penyelenggara, peserta, hingga masyarakat di sekitarnya.

Dampak dari suatu event dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dampak positif dan negatif. Berikut dijabarkan dampak positif adanya event ITdBI.

a) Peningkatan pendapatan Masyarakat

Tour de Ijen membawa dampak langsung pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Acara ini menarik wisatawan domestik dan mancanegara, sehingga sektor pariwisata seperti penginapan, restoran, transportasi, dan penjualan suvenir mendapatkan keuntungan besar. Selain itu, pelaku usaha kecil seperti pedagang kaki lima juga merasakan dampaknya. Masyarakat yang memiliki usaha kecil merasakan manfaat yang sangat besar dari diadakannya event ItdBI. Pendapatan masyarakat terutama yang daerahnya menjadi etape dari ItdBI.

b) Kesempatan belajar bahasa Inggris

Dengan banyaknya wisatawan asing yang datang, masyarakat lokal, terutama mereka yang bekerja di sektor pariwisata, mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi langsung dan mempraktikkan bahasa Inggris. Ini tidak hanya meningkatkan keterampilan komunikasi, tetapi juga membuka peluang kerja yang lebih luas di masa depan. Masyarakat lokal mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan, seperti belajar bahasa asing, terutama bahasa Inggris, guna melayani wisatawan asing. Interaksi dengan wisatawan juga meningkatkan pemahaman budaya global dan memperluas wawasan.

c) Kebanggaan sebagai warga Banyuwangi

Acara ini memperkenalkan keindahan alam Banyuwangi, seperti Kawah Ijen, kepada dunia internasional. *Tour de Ijen* menjadi ajang promosi efektif untuk menarik

wisatawan dan mengukuhkan posisi Banyuwangi sebagai destinasi wisata kelas dunia. Kesuksesan penyelenggaraan Tour de Ijen meningkatkan citra Banyuwangi di mata dunia. Hal ini memberikan kebanggaan bagi warga lokal karena daerahnya dikenal luas sebagai destinasi wisata internasional. Partisipasi aktif warga dalam mendukung acara juga memperkuat rasa kebersamaan dan identitas sebagai masyarakat Banyuwangi. Kesuksesan Tour de Ijen menjadi sumber kebanggaan bagi warga Banyuwangi. Keterlibatan aktif masyarakat dalam menyukseskan acara ini memperkuat rasa kebersamaan dan identitas sebagai bagian dari daerah yang dikenal luas. Melalui acara seperti Tour de Ijen, Banyuwangi tidak hanya berkembang secara ekonomi tetapi juga budaya dan reputasi, memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakatnya.

Namun, ada beberapa responden yang merasa bahwa ItdBi tidak memberikan dampak positif bagi mereka. Beberapa orang mengatakan bahwa, mereka tidak merasakan dampak positif langsung maupun tidak langsung dari diadakannya ItdBI. Tour de Ijen tidak hanya menjadi ajang olahraga bersepeda internasional, tetapi juga memberikan dampak positif secara ekonomi, sosial, dan budaya bagi Banyuwangi dan masyarakatnya.

Selain dampak positif di atas, juga di dapat dampak negatif yang dirasakan dan disampaikan oleh Masyarakat selaku responden dan narasumber. Adapun dampak negatif tersebut sebagai berikut.

a) Kemacetan dan gangguan Aktivitas Masyarakat

Selama acara berlangsung, penutupan jalan utama untuk rute balap sepeda sering kali menyebabkan kemacetan dan mengganggu aktivitas harian masyarakat. Warga yang tinggal di sekitar rute mengalami kesulitan dalam mobilitas. Banyak sekolah-sekolah yang meliburkan muridnya untuk mendukung dan berpartisipasi memeriahkan ItdBI. Banyak juga sekolah yang masih masuk namun tidak ada Pelajaran atau jam kosong karena murid-murid berpartisipasi mendukung jalannya ItdBI. Pengaturan jam belajar mengajar menjadi terganggu. Hal ini memberikan dampak yang kurang baik bagi guru-guru dan murid-murid yang harus kehilangan jam belajar mengajar, otomatis materi pelajaran juga terhambat. Selain guru, sopir angkutan barang, sopir ekspedisi juga merasakan gangguan aktivitas menjadi terhambat karena banyak ruas jalan utama yang ditutup untuk menjadi etape dari ItdBI. Selama acara berlangsung, beberapa jalan utama di Banyuwangi yang digunakan sebagai rute balap sepeda biasanya ditutup sementara. Hal ini menyebabkan gangguan mobilitas bagi warga yang bergantung pada jalan tersebut untuk aktivitas sehari-hari, seperti bekerja, sekolah, atau mengangkut barang dagangan. Penumpukan kendaraan di sekitar lokasi acara atau rute alternatif yang dialihkan sering kali menyebabkan kemacetan. Warga yang harus melewati jalan-jalan tersebut terpaksa menghabiskan waktu lebih lama di perjalanan. Penutupan sebagian area untuk acara dapat membatasi akses masyarakat ke fasilitas publik, seperti pasar, terminal, atau fasilitas kesehatan yang berada di dekat rute. Hal ini bisa mempersulit warga yang membutuhkan layanan tersebut. Beberapa usaha kecil yang berada di sepanjang rute balapan mungkin harus tutup sementara karena tidak dapat melayani pelanggan secara normal selama acara berlangsung. Hal ini dapat berdampak pada pendapatan harian mereka. Warga yang tinggal di sekitar lokasi acara

sering menghadapi kebisingan akibat keramaian, seperti suara kendaraan, pengeras suara, dan aktivitas para peserta serta pengunjung. Hal ini dapat mengganggu kenyamanan, terutama bagi lansia atau anak kecil.

b) Peningkatan harga barang dan jasa

Selama acara, harga kebutuhan pokok, makanan, dan jasa di sekitar lokasi wisata sering kali meningkat karena tingginya permintaan. Hal ini dapat memberatkan masyarakat lokal yang tidak terlibat langsung dalam sektor pariwisata. Harga jual makanan disekitar lokasi event ITdBI melonjak naik. Masyarakat menaikkan harga jual makanan, dan jasa disekitar event karena banyaknya wisatawan mancanegara yang hadir dalam event ini. Masyarakat berusaha menangkap peluang ekonomi disini dengan menaikkan harga barang menjadi berkali lipat, sehingga banyak wisatawan domestic yang keberatan dengan harga tersebut karena dirasa terlalu mahal.

c) Ekonomi

Tidak semua masyarakat mendapatkan manfaat ekonomi langsung dari acara ini. Peluang biasanya lebih banyak dinikmati oleh pelaku usaha di sektor formal, sementara masyarakat kecil di sektor informal mungkin hanya mendapatkan sedikit dampak positif. Masyarakat yang tinggal di wilayah tertentu yang dilewati oleh ItdBI atau menjadi etape ItdBI tentu akan mendapatkan manfaat lebih dibanding ekonomi terutama yang memiliki usaha. Di titik-titik keramaian tertentu banyak pedagang kaki lima yang mana adalah Masyarakat local daerah tersebut. Disisi lain, daerah yang tidak menjadi etape ItdBI masyarakatnya tidak mendapatkan dampak langsung dari event ITdBI karena tidak ada wisatawan yang berkunjung disana.

d) Potensi konflik sosial

Penyelenggaraan acara besar seperti Tour de Ijen kadang memunculkan potensi konflik sosial, terutama jika komunikasi antara pihak penyelenggara, pemerintah, dan masyarakat tidak berjalan baik. Hal ini dapat terjadi dalam hal pembebasan lahan, pengaturan rute, atau distribusi manfaat ekonomi. Meski memiliki banyak dampak positif, perhatian terhadap potensi dampak negatif ini penting untuk memastikan penyelenggaraan *Tour de Ijen* berjalan lebih berkelanjutan dan memberikan manfaat yang merata bagi seluruh masyarakat

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan di atas, adanya event International Tour De Ijen Banyuwangi menghasilkan respon positif dan negatif dari masyarakat. Dari 10 permasalahan berkaitan dengan respons, sebagian besar hasilnya menunjukkan pada respons yang positif daripada respons negatif. Dengan demikian adanya event ItdBI mendapat tanggapan baik dari masyarakat. Sedangkan dampak yang dihasilkan, juga dapat dibagi menjadi dampak positif dan negatif. Dampak positifnya antara lain peningkatan pendapatan masyarakat, kesempatan belajar bahasa Inggris, serta kebanggaan sebagai warga Banyuwangi. Sedangkan dampak negatifnya adanya kemacetan dan gangguan aktivitas masyarakat, peningkatan harga barang dan jasa, dampak ekonomi, dan potensi konflik sosial.

Sebaiknya pelaksanaan event ItdBI dilakukan pada hari libur agar tidak mengganggu aktivitas masyarakat yang bekerja. Selain itu, tidak sampai meliburkan atau mengosongkan jam belajar siswa sekolah. Bahkan, apabila diadakan di hari libur, maka masyarakat dapat

secara luas menjadi bagian dari penyemarak event. Pemerintah setempat perlu meningkatkan kualitas layanan, jalan, serta semua sarana pendukung demi kelancara event ITdBI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Yoeti. Oka. (1996). *Ilmu Pengantar Pariwisata*. Percetakan Angkasa. Bandung.
- [2] Azwar, Saifuddin. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [3] BeritaBWI. (2024, Juli 21). *Tour de Banyuwangi Ijen Satu-Satunya Agenda Federasi Balap Sepeda Dunia di RI Tahun Ini*. <https://banyuwangikab.go.id/berita/tour-de-banyuwangi-ijen-satu-satunya-agenda-federasi-balap-sepeda-dunia-di-ri-tahun-ini>.
- [4] Maulana, A. K., & Hasyim, L. Q. (2019). Respons Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Wisata Halal Di Desa Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan). *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(2), 96-109.
- [5] Mengengkey, Dkk. 2012. *Persepsi dan Perilaku Masyarakat*. Jakarta. Cahaya Pineleng.
- [6] Nicolau, J. Santa-María, M. 2017. Sports results creating tourism value: Rafael Nadal's tennis match points worth €12,000,000. *Tourism Economics*. Vol. 23 (3) 697-701.
- [7] Pambudi, P. S., & Hariandi, M. S. I. (2022). The role of the international Tour De Banyuwangi Ijen event in increasing the number of tourists for Banyuwangi Ijen crater destinations. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 232-239.
- [8] Ritohardoyo, S., Purwanto S., Yudistira S., Lisna Y. P. (2002). *Partisipasi Masyarakat dalam Penghijauan studi kasus: Kabupaten Gunung Kidul Daerah Istimewa Yogyakarta*. Laporan Penelitian, Universitas Gadjah Mada.
- [9] Suratmin. (2018). *Pengantar Olahraga Rekreasi dan Sport tourism*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- [10] Triansya, D. C., & Budisetyorini, B. (2018). Influence of Tourism Destination Products and Images on Tourist Visiting Decision to Kota Seribu Sungai Banjarmasin. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.22146/jpt.43175>.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN