

Strategi Pengembangan Kampung Topeng Malang sebagai Kampung Wisata Budaya

**Magvira Ardhia Pratiwi¹, Novi Sunu Sri Giriwati²
Yusfan Adeputera Yusran³, dan Herry Santosa⁴**

^{1,2,3,4}Program Magister Arsitektur Lingkungan Binaan, Universitas Brawijaya

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 2021-12-18

Received in revised form: 2022-12-08

Accepted on: 2022-12-06

Available Online:
December 2022

Keywords: village, culture, tourism, needs (kampung, budaya, wisata, kebutuhan)

Corresponding Author:

Magvira Ardhia Pratiwi
Program Magister Arsitektur
Lingkungan Binaan, Universitas
Brawijaya
magvira.ardhia@student.ub.ac.id
ORCID ID:

ABSTRACT

The Desaku Menanti Program is a government program that is relocating the homeless to a new village as a tourist destination, one of the results of the program is the Mask Tourism Village. The potential of Malangan Mask cultural characteristics to be the main attraction of this tour was able to attract many visitors at the beginning of its inauguration. But it didn't last long, now the village is deserted and no one even comes. This research will examine how the strategy of developing Kampung Mask as a cultural tourism village. The method used is a mix-method, namely a qualitative method with SWOT and a quantitative method with an analysis of tourist needs preferences for cultural tourism villages with questionnaire. The results of the study indicate that this village needs to dig deeper into the concept of culture, improve the quality of its facilities, and also have a well-managed tourism management with community participation. Based on the analysis of tourist preferences, it was found that if it was necessary to add facilities and other cultural attractions, 49% of respondents chose the visual characteristics of settlements with traditional buildings and accommodation was villas in nature.

Program Desaku Menanti adalah program pemerintah yaitu merelokasi para tunawisma menuju perkampungan baru sebagai destinasi wisata, salah satu hasil programnya adalah Kampung Wisata Topeng. Potensi ciri khas budaya Topeng Malang menjadi daya tarik dari wisata ini mampu menarik banyak pengunjung pada awal peresmian. Tetapi hal itu tidak bertahan lama, sekarang kampung menjadi sepi pengunjung bahkan tidak ada yang datang. Penelitian ini akan mengkaji tentang bagaimana strategi pengembangan Kampung Topeng sebagai kampung wisata budaya. Metode yang digunakan adalah mix-method, yaitu metode kualitatif dengan SWOT dan metode kuantitatif dengan analisis preferensi kebutuhan wisatawan atas kampung wisata budaya dengan kuisioner. Hasil penelitian jika kampung ini perlu menggali lebih dalam konsep budaya, meningkatkan kualitas fasilitasnya, dan juga memiliki manajemen pariwisata yang terkelola baik dengan partisipasi masyarakat. Berdasar analisa preferensi wisatawan didapatkan jika perlunya menambahkan fasilitas dan daya tarik budaya lainnya, diantaranya adalah 49% responden memilih karakteristik visual pemukiman dengan bangunan tradisional dan tempat penginapan dengan konsep villa di alam.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kota Malang menjadi salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata budaya dan alam yang besar. Pemerintah Kementerian Sosial Republik Indonesia menghadirkan program “Desaku Menanti” dengan membuat perkampungan baru yang merelokasi para tunawisama dan gelandangan. Di Malang, program ini diimplementasikan pada Kampung Wisata Topeng yang diresmikan tahun 2016. Warga diberi pelatihan keterampilan membuat topeng Malangan, pelatihan produksi kuliner serta pelatihan untuk menjadi *tour guide*. Perlahan para warga Tlogowaru merencanakan, merancang dan mempraktikkan pelaksanaan pengembangan kampung topeng dengan sentra budaya khas Topeng Malangan dan kampung tersebut dijadikan area wisata (Aqidah, 2020 dan Permana, 2018).

Kampung Wisata Topeng berhasil menarik pengunjung. Di awal pembukaan jumlah wisatawannya mencapai hampir 70–100 orang setiap hari. Sayangnya, pada tahun 2020 kampung wisata tersebut sepi pengunjung, bahkan saat ini tidak ada pengunjung yang datang. Pada awalnya untuk memasuki kampung ini dikenakan tiket masuk, tetapi karena saat ini jarang pengunjung yang datang, maka pengunjung bebas dari biaya tiket (Yani, 2021). Akibatnya, aktivitas pariwisata tidak berjalan dan fasilitas pariwisata terbengkalai. Ekonomi warga turut terdampak karena ekonominya bergantung pada aktivitas pariwisata. Potensi Topeng Malang sangat besar untuk menjadi ciri khas dan identitas Kota Malang. Keunikan dan kekayaan budaya di Kampung Topeng dapat dikembangkan dan dilestarikan melalui strategi wisata budaya. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan Kampung Topeng sebagai Kampung Wisata. Kajian ini bertujuan untuk mengevaluasi objek wisata Kampung Topeng dan menemukan solusi untuk mengembangkannya agar dapat kembali beroperasi, menarik banyak pengunjung, serta bisa memenuhi kebutuhan pengunjung.

Cultural tourism atau pariwisata budaya adalah perjalanan seseorang ke destinasi tertentu yang menawarkan atraksi budaya, situs sejarah, atau pertunjukan seni dan budaya, yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru untuk memenuhi kebutuhan edukasi perkembangan diri. Atraksi wisata bisa berupa pameran, festival, makanan, dan seni (Bonetti dkk, 2014). Wisatawan dapat terlibat pada kegiatan terkait budaya lokal seperti ritual dan perayaan yang memberi kesempatan kepada penduduk lokal dan wisatawan untuk terjadinya pertukaran budaya otentik. Selain itu, keadaan ini mendorong masyarakat lokal untuk lebih merangkul budaya mereka, yang dampaknya juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, mengembangkan program pariwisata yang berorientasi budaya, dan mempromosikan budaya daerah ke daerah lainnya (Alboca dkk, 2017). Acara dan perjalanan yang diselenggarakan dan diarahkan untuk pengetahuan dan rekreasi dengan unsur-unsur budaya seperti: monumen, kompleks arsitektur atau simbol-simbol alam sejarah, serta acara seni, budaya, keagamaan, pendidikan, informatif atau edukasi alam. Pariwisata ini turut mengangkat aspek berwujud dan tidak berwujud dari budaya suatu tujuan wisata tertentu, seperti komunitas lokal, warisan, sejarah, arsitektur, tradisi, seni dan kerajinan, keahlian memasak, lukisan, tari, musik, praktik sosial, ritual, acara kemeriahan, dan aspek lainnya yang menjadi faktor identitas dan otentik (Santos dkk, 2020).

Rural tourism atau wisata pedesaan adalah pariwisata yang berisi berbagai macam kegiatan yang dikombinasikan, mulai dari wisata alam, petualangan dan olahraga, wisata kuliner, ekowisata, dan wisata budaya (Figueiredo & Raschi, 2012). Alasan utama

masyarakat perkotaan memilih wisata pedesaan adalah untuk melepaskan diri dari stres kehidupan perkotaan. Sims (2009) menyebutkan bahwa tingkat originalitas kehidupan pedesaan merupakan faktor penting dari pariwisata pedesaan. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat di lingkungan pedesaan dapat mempengaruhi kualitas pengalaman pada pengunjung dengan cara memberikan pengalaman dengan produk yang diproduksi secara lokal serta berbagi pengetahuan tentang budaya dan sejarah lokal.

Menurut Cooper dkk (1995) terdapat komponen penting dalam pariwisata yang diantaranya adalah *attraction* (daya tarik), *accessibility* (aksesibilitas), dan *amenity* (fasilitas). Atraksi atau daya tarik wisata adalah keindahan dan keunikan alam, budaya dan aktivitas masyarakat setempat, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan (Suwanto, 2004). Daya tarik wisata bisa berupa hal yang unik sehingga dapat memuaskan keinginan wisatawan dan menjadi motivasi wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata (Zaenuri, 2012). Aksesibilitas adalah sarana yang membuat pengunjung memiliki kemudahan untuk menjangkau sebuah destinasi wisata, seperti tersedianya sarana transportasi menuju destinasi wisata dan jarak destinasi wisata yang terjangkau (Sunaryo, 2013). Selanjutnya adalah amenitas yang merupakan tersedianya sarana penunjang kebutuhan pengunjung selama melakukan kegiatan wisata (Sunaryo, 2013). Amenitas dapat meliputi fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat-tempat perbelanjaan, dan layanan lainnya (Sugiama, 2011).

Penilaian preferensi wisatawan untuk pengembangan wisata merupakan prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atas wisata. Albaladejo-Pina & Díaz-Delfa (2009) mengevaluasi preferensi pelanggan untuk atribut yang ada di desa wisata yang menunjukkan bahwa wisatawan menilai atribut penting yang ada pada wisata pedesaan adalah kualitas fasilitas, akomodasi berupa penginapan, lokasi, aksesibilitas pedesaan, dan adanya bangunan tradisional. Sayadi dkk (2009) mengungkapkan bahwa atribut seperti kepadatan akomodasi pedesaan dan kualitas vegetasi alam memiliki pengaruh yang besar terhadap daya tarik lanskap.

2. Bahan dan Metode

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian berlokasi di Kampung Wisata Topeng yang tepatnya berada di Dusun Baran, Desa Tlogowaru, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Menurut RTRW Kota Malang, wilayah objek berada di kawasan permukiman, tetapi karena kampung ini cenderung masuk dan berhimpitan dengan batas Kota Malang, karakteristik wilayahnya masih dipenuhi oleh bukit dan ruang terbuka hijau. Luas lahan kampung ini sekitar 7.000 m² yang merupakan tanah milik Pemerintah. Kampung ini dikelilingi oleh ruang hijau dan jarak dari jalan utama desa adalah 200 meter. Area kampung meliputi area pemukiman dan area wisata. Waktu observasi telah dilakukan pada hari Sabtu, 3 Oktober 2021 dan selanjutnya untuk waktu penelitian atau pengumpulan data dilakukan selama bulan Oktober-November 2021.

2.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan mix-method dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mengevaluasi dan identifikasi objek penelitian dengan SWOT untuk mendapatkan isu kekuatan dan kekurangan destinasi wisata, yang datanya

didapatkan berasal dari observasi, sumber data lainnya, dan wawancara. Objek di evaluasi dengan empat aspek yaitu *strength*, *weakness*, *oppurtunity*, dan *threat* yang dijelaskan pada tiga elemen pariwisata yaitu daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas. Selanjutnya, dilakukan metode deskriptif kuantitatif dengan bantuan kuisioner untuk mengetahui preferensi masyarakat atas kebutuhan berwisata di kampung wisata budaya. Analisa ini dilakukan untuk menemukan model yang tepat bagi wisata budaya Kampung Topeng serta menemukan cara untuk menawarkan layanan dan fasilitas yang dapat menarik pengunjung. Untuk itu dilakukan pengumpulan data responden dengan teknik *sampling* yang terbuka. Kuisioner yang digunakan adalah kuisioner online dengan *google docs* yang disebarakan melalui media sosial.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Identifikasi Objek Wisata Kampung Topeng

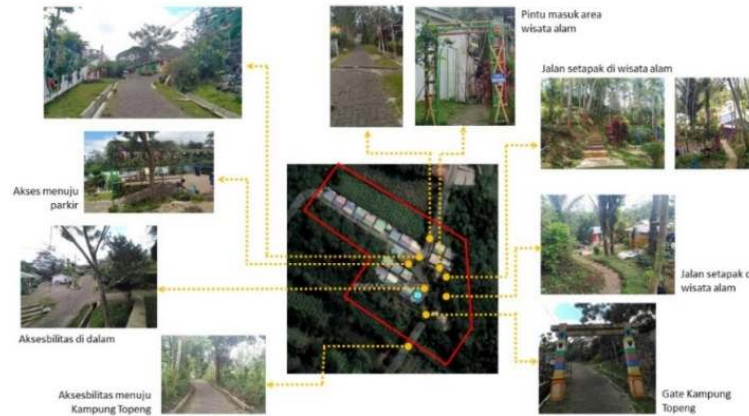
Kampung ini dikenal sebagai Kampung 1000 Topeng, karena menampilkan 1000 hiasan topeng. Tema Kampung Topeng Malang dipilih karena merupakan salah satu ikon dan identitas Kota Malang, yang harapannya keberadaan kesenian dan budaya topeng malangan ini dapat dilestarikan dan di apresiasi. Daya tarik utama pada Kampung Topeng berada di bagian paling depan, pengunjung disambut oleh dua buah topeng raksasa dengan tinggi 7,5 meter dan lebar 5 meter, yang merepresentasi dari tokoh Panji Asmorobangun dan Dewi Sekartaji. Cerita mereka sering dijumpai dalam seni dan tradisi Kota Malang. Pengunjung juga disuguhi ornamen 1.000 topeng berukuran kecil dan tersebar di beberapa titik. Topeng-topeng tersebut menampilkan karakter tokoh Topeng Malang yang turut menjadi identitas visual Kampung 1.000 topeng. Pada Gambar 3a terdapat *mapping* identifikasi daya tarik Kampung Topeng.

Fasilitas pada Kampung Topeng berupa dua tipe wahana wisata, yaitu area wisata pemukiman yaitu rumah-rumah warga dengan cat warna-warni serta berbagai macam gambar mural, dan ada juga area wisata alam. Pada area wisata alam, pengunjung dapat menemukan wahana outbond, spot swafoto, dan area bermain anak. Pengunjung juga dapat menikmati suasana alam dan suasana pedesaan dari sudut pandang atas sehingga atap warna-warni rumah bisa terlihat. Selain itu, ditemukan fasilitas lainnya seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3b.



Gambar 3. *Mapping* Identifikasi, a) Daya Tarik Wisata, b) Fasilitas Wisata
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2021)

Pengunjung harus menempuh jarak 200 meter dari jalan utama desa untuk mencapai kampung. Aksesnya berupa paving dengan sisi kiri kanan lahan terbuka hijau dan lebar jalan sekitar 1,8 meter. Jalan tersebut hanya bisa dilalui oleh mobil kecil. Jalannya cukup berkelok dan tidak bercabang. *Mapping* identifikasi aksesibilitas pada kampung dapat terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. *Mapping* Identifikasi Aksesibilitas Wisata
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2021)

3.2. Analisis SWOT pada Kampung Topeng

Berdasarkan identifikasi, permasalahan pada kondisi eksisting, dan juga wawancara, maka dapat disimpulkan analisis SWOT seperti Tabel 1. Dari analisis ini dapat ditemukan potensi Kampung Topeng dan kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, untuk menyikapi dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut, perlu adanya perancangan penataan kampung dan strategi sebagai rekomendasinya.

Tabel 1. Evaluasi SWOT pada Kampung Topeng

Analisis SWOT pada Amenitas	
Strengths	<p>Atraksi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branding Kampung 1000 Topeng yang unik dan membawa budaya Topengan Malang • Pengunjung dapat menikmati wisata pedesaan, budaya, dan alam secara sekaligus <p>Aksesibilitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi material aksesibilitas masih mulus dan berupa paving sehingga tidak licin • Jalan setapak pada area wisata alam yang warna-warni bisa menjadi point of view dan point of sequence sehingga mudah terlihat perbedaannya antara tangga dan tanah. <p>Amenitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengunjung dapat menikmati wisata pedesaan, budaya, dan alam secara sekaligus • Terdapat fasilitas edukasi yang membuat pengunjung dapat belajar proses pembuatan topeng • Patung tarian topeng menjadi spot foto yang menarik dan menambahkan nuansa tari topeng
Weakness	<p>Atraksi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tema dan penerapan budaya topengan kurang di gali lebih dalam • Maskot topeng raksasa besar yang kondisinya sudah hampir rusak dan tidak terawat dengan baik • Terdapat mural-mural dengan teknik penggambaran yang sederhana dan kurang menarik

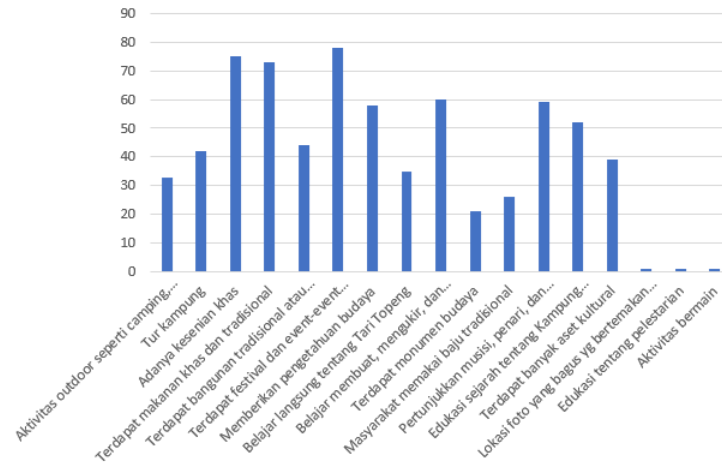
	<p>Aksesibilitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akses dari jalan utama desa menuju kampung sangat kecil dan kontur sangat menanjak • Parkir yang aksesnya menanjak dan sulit untuk mobil • Pada beberapa titik, jalan setapak pada wisata alam kurang terawat dengan baik dan hancur • Jalan setapak cukup licin ketika hujan dan tidak ada naungan pada area wisata alam • Tidak terdapat aksesibilitas bagi penyandang disabilitas <p>Amenitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spot-spot foto kurang bervariasi dan kurangnya variasi wahana yang mencakup semua umur • Kondisi area wisata alam yang kurang terawat • Kondisi toilet yang terpencil dan kurang bersih • Parkir yang kapasitasnya sedikit (hanya untuk 5 mobil) • Tidak ada fasilitas akomodasi
Oppurtunity	<ul style="list-style-type: none"> • Program Desaku Menanti di dukung oleh Pemerintah dan masyarakat sudah diberi pelatihan mengelola pariwisata • Potensi pariwisata budaya yang dapat menjadi identitas dan ciri khas Kota Malang • Berpotensi sebagai area edukasi budaya topeng yang dapat menjangkau anak-anak dan orang dewasa.
Threat	<p>Kurangnya penataan dan pemeliharaan tempat , serta kurang berkembang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat saingan Kampung Budaya Polowijen yang juga merupakan sentra budaya • Konsep pemukiman warna-warni yang hampir sama dengan konsep Kampung Jodipan, sehingga tidak mempunyai identitas visual yang berbeda • Akses jalan utama ke kampung yang hanya muat untuk mobil kecil, mengurangi peluang untuk pengunjung yang bermobil besar dan bis untuk trip edukasi anak sekolah • Tidak adanya pengelolaan wisata yang mandiri dari masyarakat dan kurangnya motivasi untuk mengembangkan wisata di kampung

(Sumber: Hasil analisa, 2021)

3.3. Analisis Preferensi Kebutuhan Wisatawan atas Kampung Wisata Budaya

Kuisisioner disebarakan secara online, mendapatkan 103 responden, 66 orang perempuan dan 37 orang laki-laki. Rentang usia responden didominasi usia 19-25 tahun dan asal tempat tinggal responden dari Kota Malang, Kabupaten Malang, dan daerah luar Kota Malang. Pada Gambar 5 terdapat grafik kebutuhan wisatawan atas aktivitas dan pengalaman wisata budaya pada Kampung Topeng.

Untuk merencanakan Kampung Topeng dengan konsep wisata budaya, perlu diketahui suasana dan sensasi yang diharapkan wisatawan. Dari hasil kuisisioner di dapatkan 78,6% responden tertarik mengunjungi wisata dengan tema kampung wisata budaya. Wisatawan ingin mendapatkan suasana yang sejuk, nyaman, bisa mengedukasi, bersih, aman, segar, tenang, suasana budaya yang mampu memunculkan memori masa lalu, atraktif, banyak barang dan souvenir yang murah meriah, merepresentasikan kearifan lokal dan budaya masyarakat setempat, dan suasana alam yang asri. Salah satu hal yang menarik adalah banyak responden yang ingin destinasi wisata tersebut tidak terkesan buatan atau dipaksakan dengan pembangunan yang tidak sesuai dan ingin wisata terlihat lebih alami dan tradisional. Wisata di rancang proporsional dan tidak berlebihan pada atribut dan ornamen budayanya. Musik dan lagu tradisional yang mengiringi dan menyambut pengunjung akan menambah suasana budaya dan kesan tradisional. Pengunjung juga mengharapkan untuk dapat merasakan menjadi bagian dari kampung wisata budaya tersebut dengan identitas, keunikan, aktivitas, suasana yang ada, dan masyarakat kampung yang ramah.



Gambar 5. Kebutuhan Aktivitas Wisatawan

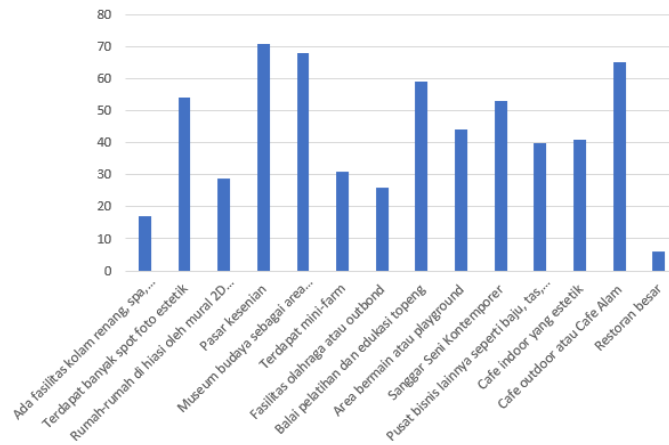
Sebuah destinasi wisata tidak hanya dinikmati dari keindahan visual dari objeknya saja, tetapi juga memerlukan aktivitas yang bisa dilakukan wisatawan. Kebutuhan aktivitas dan pengalaman budaya pada Kampung Topeng berdasarkan jawaban dari responden didominasi oleh terdapatnya festival dan event-event budaya, adanya kesenian yang khas, dan makanan khas tradisional. Aktivitas lain yang dibutuhkan adalah belajar membuat, mengukir, dan mewarnai topeng, adanya pertunjukkan seni, penari, dan seniman yang memberi pengetahuan budaya dan sejarah Kampung Topeng, adanya bangunan tradisional, tur kampung, aset kultural, belajar tari topeng, dan aktivitas *outdoor* lainnya. Beberapa responden menambahkan pilihan kebutuhan aktivitas lainnya, yaitu aktivitas yang membuat wisatawan bisa bermain dan *spot* foto yang unik dan menarik dengan tema budaya.

Pada Gambar 6 terdapat grafik kebutuhan wisatawan atas fasilitas yang dibutuhkan dalam kampung wisata budaya, khususnya Kampung Topeng. Berdasarkan hasil kuisioner, fasilitas wisata yang dibutuhkan wisatawan adalah pasar kesenian dengan presentase 68,9%, museum budaya, *café outdoor* atau *café* alam, balai pelatihan dan edukasi topeng, spot-spot foto, dan sanggar seni kontemporer. Wisatawan juga membutuhkan area bermain, playground, pusat bisnis, dan *café indoor* yang menarik dan estetik. Responden membutuhkan fasilitas paket wisata bermalam, wahana bermain, toilet, area *outbond*, pemandu wisata, transportasi murah, dan perpustakaan.

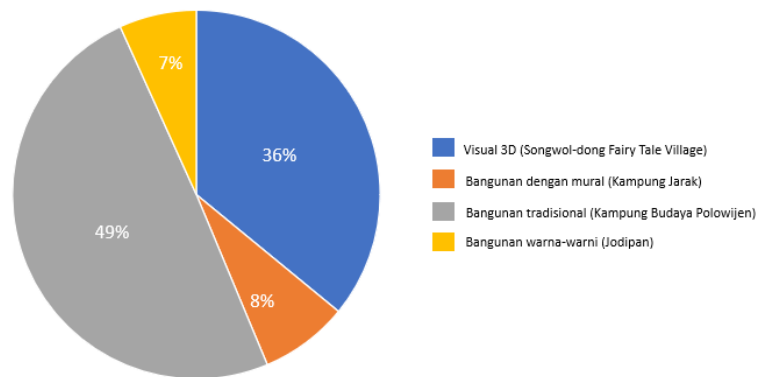
Pada kuisioner terdapat pertanyaan mengenai pendapat wisatawan atas karakteristik dan konsep visual bangunan pemukiman yang tepat dan cocok untuk Kampung Topeng sebagai Kampung Wisata Budaya (gambar 7). Pilihannya dibatasi dan diberikan foto yang mewakili konsep visual 3 dimensi, bangunan dengan visual mural, bangunan tradisional, dan bangunan warna-warni. Hasilnya sebanyak 49% responden memilih karakteristik visual bangunan tradisional, yang kemudian di ikuti oleh tema bangunan dengan visual 3 dimensi.

Sebanyak 41,7% responden menyatakan bahwa mereka membutuhkan tempat menginap, 30,1% membutuhkan akomodasi penginapan, dan 28,2% menjawab tidak membutuhkan. Responden juga dapat memilih jenis tempat penginapan yang dibutuhkan dan diharapkan. Pada Gambar 8, terlihat jenis akomodasi yang dibutuhkan di dominasi oleh villa di alam dengan prosentase 49,5%, diikuti oleh *camping* dengan tenda yang unik

pada prosentase 32%. Terdapat dua orang responden yang juga memberikan opsi untuk jenis akomodasi guest house dengan konsep rumah tradisional (gambar 8).



Gambar 6. Kebutuhan Fasilitas Wisatawan

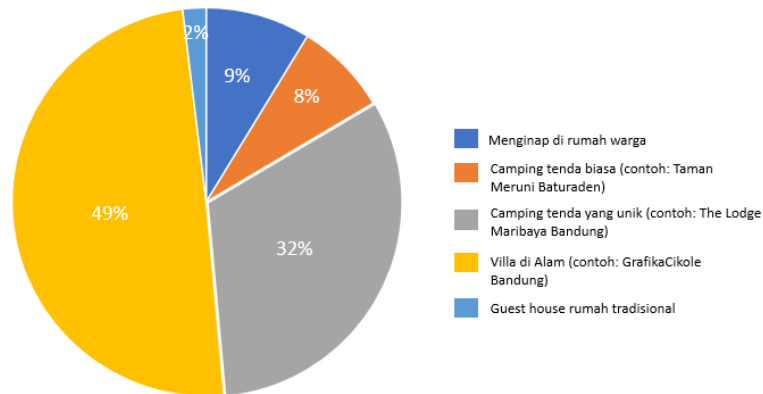


Gambar 7. Karakteristik Visual Pemukiman

3.4. Strategi Pengembangan Kampung Topeng

Berdasarkan analisis SWOT dan analisis kebutuhan pengunjung di atas, didapatkan strategi pengembangan Kampung Topeng. Kampung Topeng perlu meninjau konsep perancangan dan penataan kampung wisatanya. Penataan yang perlu dilakukan adalah pelebaran sirkulasi kendaraan masuk yang menjadi 4 meter, penambahan area parkir mobil dan motor di sisi kiri dan kanan, pelebaran area monumen budaya yang digunakan untuk amphiteater, penambahan area untuk pasar kesenian, museum budaya, pusat oleh-oleh, dan villa alam yang ukurannya kecil. Selain itu terdapat pelebaran area balai pelatihan dan edukasi topeng dan area café alam yang juga menjadi area servis berupa toilet, Untuk penataan fasilitas lainnya masih cenderung sama dan ada beberapa area pemukiman yang memiliki dua fungsi yaitu sebagai pemukiman dan area penjualan oleh-oleh. Konsep pengembangan penataan dapat dilihat pada Gambar 9. Strategi

pengembangan juga dilakukan dengan menambahkan beberapa konsep dan masukan yang akan terkait tema dan penambahan fasilitas.



Gambar 8. Kebutuhan Jenis Akomodasi Wisatawan



Gambar 9. Konsep Penataan Kampung Topeng
(Sumber: Analisis pribadi, 2021)

Perlu adanya data mengenai karakter topeng yang diaplikasikan pada seluruh tema wisata, misalnya pemukiman yang dihiasi gambar atau cerita topengan, dan membuat ornamen topeng lebih menonjol. Sebisa mungkin kampung bersih, nyaman, aman, dan memberikan kesan suasana budaya yang kuat, dengan masyarakat yang ramah. Untuk karakteristik visual kawasan pemukiman, terdapat dua pilihan yang direkomendasikan, yaitu konsep visual tiga dimensi dan konsep bangunan tradisional. Pemukiman sebaiknya memiliki bentuk visual yang berbeda daripada daerah lain dan mempunyai tema tertentu, *eye-catching*, dan tertata. Konsep pemukiman 3D visual dapat ditemukan pada Songwol-dong Fairy Tale Village di Korea Selatan. Hal ini bisa di implementasikan dengan setiap rumah diberikan salah satu tema cerita Topengan Malang atau wayang-an yang kemudian didesain muralnya secara tiga dimensi. Kampung Budaya Polowijen Malang berhasil membawa strategi dan konsep tradisional pada kampung wisatanya dengan bangunan yang memiliki tone warna coklat dan material-material alami. Konsep ini dapat ditiru oleh Kampung Topeng jika ingin membawa konsep

arsitektur kearah arsitektur tradisional, sehingga pengunjung merasakan nilai budaya yang lebih kental dan nuansa malangan.

Hal yang perlu dilakukan oleh Kampung Topeng adalah memperbaiki kualitas fasilitas yang sudah tersedia, seperti pengecatan ulang dan memindahkan ruang parkir agar dapat menampung lebih banyak kendaraan. Toilet perlu dipindahkan ke ruang yang lebih luas dan mudah dijangkau. Fasilitas alam juga perlu dipelihara dan vegetasinya ditata lebih baik dan menarik. Perlu penambahan fasilitas berupa pasar kesenian, museum budaya, café alam, area outbond dan wahana bermain, *amphiteater*, pusat oleh-oleh, spot foto, dan area bisnis atau UKM warga.

Kampung Topeng tidak memiliki fasilitas akomodasi dan istirahat sementara bagi pengunjung. Fasilitas akomodasi dapat membuat pengunjung bisa lebih lama dan betah berada di kawasan wisata. Jenis penginapan yang banyak dipilih adalah villa di alam dan *camping* dengan tenda yang unik, atau camping dengan tenda pribadi. Perlu penambahan gazebo dan area duduk. Konsep akomodasinya dapat disesuaikan dengan tema budaya.

Akses jalan dari desa menuju Kampung Topeng perlu diperbesar agar bisa dilewati kendaraan dari dua arah. Gerbang masuk perlu disesuaikan dengan tema budaya, sehingga pengunjung merasakan suasana budaya sejak awal menuju objek utama. Perlu perawatan jalan setapak dan perlu material jalan yang lebih mulus. Perbaikan ini dilakukan demi kenyamanan pengunjung. Untuk jalan setapak pada kawasan wisata alam di objek ini dapat dilakukan variasi agar tidak membosankan dan menarik, serta diberi akses yang ramah untuk para disabilitas.

Kampung ini perlu memperbaiki manajemen pariwisatanya. Keterlibatan masyarakat dalam pariwisata sangat penting untuk pengembangan ekowisata. Keterlibatan tersebut bukan hanya masyarakat memberikan pelayanan fasilitas pendukung seperti menjual makanan, minuman, menjual souvenir, dan lain-lain. Tetapi masyarakat perlu terlibat dalam pengelolaan wisata dan menjaga kelestarian serta kualitas wisatanya. Manajemen pariwisata memiliki peran penting dalam keberlanjutan wisata yang khususnya pada kampung wisata memerlukan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah. Cara ini dapat menjadikan masyarakat mempunyai rasa “memiliki” atas wisata yang ada dengan ikut terlibat dalam proses manajemen pariwisatanya. Pengadaan kelompok atau komunitas wisata pada masyarakat perlu dilakukan, selain sebagai lembaga pengelolaan wisata, mereka dapat membentuk jaringan komunikasi untuk promosi yang memanfaatkan teknologi. Apalagi salah satu masalah wisata di Kampung Topeng adalah tidak adanya manajemen pariwisata yang baik. Pada penelitian Herdiyono dkk (2021), Syafi'i & Suwandono (2015), dan Ning & Hoon (2011), terdapat beberapa langkah yang bisa dilakukan dalam manajemen pariwisata.

1. Masyarakat harus terlibat dalam perencanaan, perancangan, pengelolaan, dan pengawasan pariwisata, dan juga partisipatif serta inisiatif menjaga kelestarian, keamanan, dan kenyamanan lingkungannya agar pariwisata terus berkelanjutan
2. Pemerintah, masyarakat, stakeholder, dan akademisi harus bersinergi, berkoordinasi, dan bekerja sama untuk meningkatkan potensi wisata dan dalam pengelolaan atau manajemen pariwisata
3. Membentuk lembaga dan organisasi masyarakat untuk pengelolaan kampung wisata
4. Peningkatan kemampuan masyarakat kampung dengan mengadakan program pelatihan dan peningkatan seni budaya lokal, program pelatihan pengembangan usaha kampung wisata, dan program pelatihan pengelolaan desa wisata

5. Memiliki teknik marketing dan promosi dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, tiktok, facebook, twitter, youtube, dan lain-lain dengan membuat konten menarik yang mengundang pengunjung untuk datang.

4. Simpulan

Kampung Topeng memiliki potensi budaya, alam, dan pedesaan yang kuat. Dalam proses perjalanan wisatanya, kampung ini belum berhasil bertahan, sehingga diperlukan strategi untuk mengembangkan kampung agar kembali menarik wisatawan. Strategi pengembangannya dilakukan dengan penataan kembali dan memperhatikan komponen wisata, yaitu daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas. Salah satu cara pengembangan atraksi adalah dilakukan penggalian makna dan konsep Topeng Malangan dan diaplikasikan pada seluruh komponen dan daya tarik wisata. Kampung Topeng juga perlu memperlebar jalan masuk agar sirkulasi kendaraan lebih lancar. Objek ini perlu memperluas dan memindahkan lahan parkir, menambah fasilitas akomodasi, menambahkan beberapa fasilitas pendukung, dan melakukan perbaikan serta penataan fasilitas yang sudah ada.

Dari hasil analisis preferensi kebutuhan wisatawan atas kampung wisata budaya pada Kampung Topeng, didapatkan jika 78,6% responden tertarik mengunjungi wisata dengan tema kampung wisata budaya dan responden menginginkan suasana yang sejuk, nyaman, bisa mengedukasi, bersih, aman, refreshing, tenang, suasana budaya yang mampu memunculkan memori masa lalu, atraktif, banyak barang dan souvenir yang murah meriah, merepresentasikan kearifan lokal dan budaya masyarakat setempat, dan suasana alam yang asri. Dengan kebutuhan aktivitas dan pengalaman budaya pada Kampung Topeng adalah oleh terdapatnya festival dan event-event budaya, adanya kesenian yang khas, dan terdapat berbagai macam makanan khas dan tradisional. Fasilitas wisata yang dibutuhkan wisatawan adalah pasar kesenian, museum budaya, *café outdoor* atau *café* alam, balai pelatihan dan edukasi topeng, spot-spot foto, dan sanggar seni kontemporer. Di kategori berikutnya, wisatawan membutuhkan area bermain, playground, pusat bisnis, dan *café indoor*.

Wisatawan memiliki preferensi atas karakteristik dan konsep visual bangunan pemukiman yang tepat dan cocok untuk Kampung Topeng. Sebanyak 49% responden memilih karakteristik visual bangunan tradisional. Wisatawan juga membutuhkan akomodasi atau tempat penginapan berupa villa dengan prosentase 49,5% atau *camping* dengan tenda yang unik. Manajemen pariwisatanya yang perlu melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pengembangan, pengelolaan, dan pengawasan pariwisata agar dapat lebih mandiri dan tetap bertahan serta berkelanjutan, serta membangkitkan sistem marketing yang baik dan terorganisir.

Daftar Pustaka

- Albaladejo-Pina, I. P., & Díaz-Delfa, M. T. (2009). Tourist preferences for rural house stays: Evidence from discrete choice modelling in Spain. *Tourism Management*, 30 (6), 805–811.
- Aqidah, Waqi'atul. (2020). Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Ekonomi Nonformal (Studi Kasus pada Masyarakat Wisata Kampung Topeng, Kelurahan Tlogowaru, Kota Malang). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 14(2), 382-391

- Aqidah, Waqi'atul. (2020). Transisi Kehidupan Ekonomi Masyarakat Wisata Kampung Topeng, Tlogowaru, Malang, *Ejournal Universitas Islam Zainul Ahsan*, 1(1), 146-157.
- Bonetti, E., Simoni, M., & Cercola, R. (2014). Creative Tourism and Cultural Heritage: A New Perspective. *IGI Global Publisher: Handbook of Research on Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives*, pp 29.
- Cooper, Fketcher, J., Gilbert, D., and Wanhill, S. (1995). *Tourism, Principles and Practice*. London: Logman.
- Herdiyono, W. F., Marsudi, & Nugroho, R. A. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Desa Cemoro Sebagai Desa Wisata Berbasis Masyarakat dan Budaya. *Jurnal AsIAN*, 9(2), 279-290.
- Ning, Chai & Hoon, Oh Dong. (2011). Sustainable development strategy of tourism resources offered by regional advantage: Exploring the feasibility of developing an 'exotic culture' resource for Weihai City of China. *Elsevier. Procedia Engineering 21 Tahun 2011*, 543-552.
- Permana, R. W. (2018). Wisata Kampung Topeng Diharapkan Jadi Penumpang Ekonomi Warga Setempat. Retrieved from <https://m.merdeka.com/malang/kabar-malang/wisata-kampung-topeng-diharapkan-jadi-penumpang-ekonomi-warga-setempat-181031k.html>
- Santos, N., Moreira, C. O., Ferreira, R., & Silveria, L. (2020). Sea Tourism Heritage in Portuguese Coastal Territory. *IGI Global Publisher: Journal of Managing, Marketing, and Maintaining Maritime and Coastal Tourism*, pp 29.
- Sayadi, S., González-Roa, M. C., & Calatrava-Requena, J. (2009). Public preferences for landscape features: The case of agricultural landscape in mountainous Mediterranean areas. *Land Use Policy*, 26(2), 334-344.
- Sims, R. 2009. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336.
- Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung : Guardaya Intimarta.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syafi'i, M. & Suwandono, D. (2015). Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Jurnal RUANG Universitas Diponegoro*, 1(2), 51-60.
- Yani, A. (2021). Kampung Topeng Malang Tetap Berbenah Meski Sepi Karena Korona. Retrieved from <https://radarmalang.jawapos.com/malang-rama/kota-malang/28/06/2021/kampung-topeng-malang-tetap-berbenah-meski-sepi-karena-korona/>
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing.