

## ABSTRAK

Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono adalah pasar wisata kuliner tradisional dan wisata alam yang terletak di Desa Banyubiru, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Pasar ini dikelola dan dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberhasilan pasar ini tidak lain dan tidak bukan adalah hasil kerja sama dan peran dari beberapa *stakeholder* seperti Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Magelang, Pemerintah Desa Banyubiru, BUMDes Nirmala Biru, Pokdarwis Tirta Biru, Magnet Production (swasta), dan masyarakat. Berangkat dari keberhasilan tersebut penelitian ini dilakukan, adapun teori yang digunakan adalah *Tourist Area Life Cycle* (TALC) dan matriks analisis peran *stakeholder*. Teori TALC digunakan untuk mengetahui posisi pariwisata yang akan dikembangkan dengan baik dan selanjutnya dapat menentukan program pembangunan, pemasaran, serta sasaran dari pembangunan pariwisata tersebut dengan tepat, sedangkan matriks analisis peran *stakeholder* dilakukan untuk mengungkapkan kepentingan dan pengaruh (peranan) para *stakeholder*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstelasi peran *stakeholder* dalam pengembangan Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono mengalami pergeseran peran dalam setiap tahapan perkembangan siklus hidup kawasan pariwisata. Tahapan itu terdiri dari tahap penemuan (*exploration*), keterlibatan (*involvement*), perkembangan (*development*), konsolidasi (*consolidation*), stagnasi (*stagnation*) dan tahap penurunan (*decline*). Selain itu, fokus dalam pengembangan Pasar Tradisi Lembah Merapi juga mengalami keseimbangan antara sektor ekonomi dan kesehatan. Namun, dibalik keberhasilan perkembangan Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono terdapat hambatan yang dihadapi oleh *stakeholder*.

Kata Kunci : Peran *Stakeholder*, Analisis Peran *Stakeholder*, Pengembangan Destinasi Pariwisata, Siklus Hidup Kawasan Pariwisata, Pasar Kuliner Tradisional

## ABSTRACT

Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono is a traditional culinary tourism market and nature tourism located in Banyubiru Village, Dukun District, Magelang Regency, Central Java Province. This market is managed and developed in such a way that it can improve the community's economy. The success of this market is none other than the result of cooperation and the role of several stakeholders such as the Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Magelang, Banyubiru Village Government, BUMDes Nirmala Biru, Pokdarwis Tirta Biru, Magnet Production (private sector), and the community. Based on the success of this research, the theory used is the Tourist Area Life Cycle (TALC) and the matrix of stakeholder role analysis. The TALC theory is used to determine the position of tourism that will be developed properly and can then determine the development program, marketing, and targets of the tourism development appropriately, while the stakeholder role analysis matrix is carried out to reveal the interests and influences (roles) of the stakeholders. This research is a descriptive qualitative research with a case study approach. Data collection techniques used are in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. The results showed that the constellation of stakeholder roles in the development of the Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono experienced a shift in roles in each stage of the development of the tourism area's life cycle. The stages consist of the exploration, involvement, development, consolidation, stagnation and the stage of decline. In addition, the focus in developing the Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono is also experiencing a balance between the economic and health sectors. However, behind the successful development of the Pasar Tradisi Lembah Merapi Gunung Gono, there are obstacles faced by stakeholders.

**Keywords:** Role of Stakeholders, Analysis of Stakeholder Roles, Development of Tourism Destinations, Tourist Area Life Cycle, Traditional Culinary Markets