

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR TERJUN TRETES
KEC.WONOSALAM, KAB. JOMBANG**

Zunan Mubarakah, Budi Puspo P., Ida Hayu D.

Departemen Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, S. H., Tembalang, Kota Semarang Kode Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024)7465405

Laman : <https://fisip.undip.ac.id> E-mail: fisip@undip.ac.id

*face
bud p.*

ABSTRAK

Air Terjun Tretes merupakan objek wisata yang memiliki berbagai keunggulan sehingga berpotensi menjadi destinasi unggulan di Kabupaten Jombang. Selama ini wisata Air Terjun Tretes belum bisa berkembang karena belum adanya strategi pengembangan serta kendala akses jalan pada wisata Air Terjun Tretes. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan merekomendasikan strategi pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tretes, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran dengan desain *exploratory sequential*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka dengan menggunakan analisis SWOT dan Tes Uji *Litmus* sebagai alat analisis data. Hasil penelitian didapatkan kekuatan Air Terjun Tretes, yaitu terdapat visi dan misi organisasi yang konservatif, petugas UPT berpendidikan tinggi, staf dengan kompetensi khusus, ketersediaan area parkir luas, fasilitas lengkap, memiliki potensi sebagai Air Terjun tertinggi serta harga tiket masuk tergolong murah. Untuk kelemahan pada Objek Wisata Air Terjun Tretes, yaitu akses jalan yang sulit, kurangnya keamanan, tidak adanya listrik, keterbatasan internet serta keterbatasan anggaran. Peluang yang dimiliki oleh Air Terjun Tretes, yaitu dukungan masyarakat lokal yang aktif, adanya regulasi yang mendukung, adanya sosial media untuk media promosi, tidak adanya hambatan politik serta adanya kerja sama dengan Karang Taruna. Ancaman pada Objek Wisata Air Terjun Tretes, yaitu tidak adanya kerja sama dengan sektor swasta serta kondisi ekonomi yang fluktuatif. Dalam penelitian ini dihasilkan isu strategis dengan skor paling tinggi, yaitu mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal dan karang taruna.

Kata Kunci: Strategi, SWOT, Uji *Litmus*, Pariwisata, Air Terjun Tretes

A. PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata merupakan salah satu bidang yang mendorong pertumbuhan pembangunan ekonomi nasional karena sektor ini menjadi bidang yang menyumbang sumber devisa negara dengan skala besar. Industri pariwisata tidak hanya menghasilkan pendapatan dalam jumlah besar, tetapi juga bermanfaat bagi ekonomi lokal dengan mendorong perdagangan, menghasilkan lebih banyak pendapatan dan pendapatan pajak, serta menciptakan lapangan kerja baru. Selain manfaat ekonomi, pariwisata juga memiliki peran penting dalam mempromosikan kekayaan budaya, alam, dan sejarah suatu daerah kepada para wisatawan. Indonesia, sebagai contoh, memiliki keindahan alam yang melimpah serta warisan budaya yang menarik, yang menjadi daya tarik bagi wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara (Rahmawati, 2020).

Gambar 1.1 Grafik Wisatawan Indonesia



Sumber: BPS, 2023

Berdasarkan data grafik 1.1 capaian wisatawan mancanegara tahun 2022 meningkat sebesar 251,19% dari tahun 2021, peningkatan tersebut mencapai 3.912.470 wisatawan, jumlah tersebut masih berbeda cukup drastis dibandingkan sebelum adanya pandemi Covid 19 yang berdasarkan data tahun 2013-2022 tertinggi mencapai 16.106.954 pada tahun 2019, namun jumlah tersebut sudah menunjukkan tren yang positif dan memberikan kabar optimis bahwa ekonomi 2022-2023 pemulihan pariwisatanya tetap terjaga.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, kepariwisataan harus diselenggarakan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab untuk menjaga nilai-nilai agama, budaya masyarakat, kualitas dan kelestarian lingkungan, serta kepentingan nasional karena pariwisata merupakan komponen penting dalam pembangunan nasional.

Gambar 1.2 Grafik Wisatawan Indonesia



Sumber: BPS, 2023

Berdasarkan data grafik 1.2 dapat dilihat bahwa Provinsi Jawa Timur menjadi daerah tujuan utama yang sering dikunjungi oleh wisnus selama tahun 2023. Hingga pertengahan 2023, jumlah perjalanan wisnus mencapai 433,57 juta kunjungan. Sekitar 74,33% dari total perjalanan Wisnus di Indonesia pada awal 2023 dilakukan ke Pulau Jawa jumlahnya mencapai 116 juta kunjungan. Salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki tempat wisata menarik adalah Kabupaten Jombang.

Di Kabupaten Jombang terdapat Kecamatan Wonosalam yang merupakan daerah wisata alam unggulan yang mempunyai event nasional yaitu Kenduren Durian, hal tersebut menyebabkan banyaknya wisatawan nusantara yang masuk ke Kecamatan Wonosalam. Salah satu destinasi unggulan di kecamatan wonosalam adalah Air Terjun Tretes yang saat ini sedang dalam pengembangan. Letaknya yang berada di kawasan Taman Hutan Raya menjadikan kawasan ini sepenuhnya dikelola oleh UPT Tahura Raden Soerjo dibawah naungan Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur.

Tabel 1.1 Tabel Pengunjung Air terjun Tretes

Jumlah Wisatawan Air Terjun Tretes Tahura Raden Soerjo		
Bulan	2021	2022
Januari	498	560
Februari	46	269
Maret	29	466
April	161	86
Mei	135	480
Juni	528	209
Juli	0	344
Agustus	0	318
September	213	274
Oktober	771	368
November	333	221
Desember	331	275
Total	3.045	3.870

Sumber: UPT TAHURA, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung objek wisata Air Terjun Tretes pada 2022 meningkat sebesar 27% dari tahun 2021 mencapai 825 pengunjung dalam kurun waktu satu tahun. Jika dibanding dengan Air Terjun Watuondo di Kabupaten Mojokerto yang juga merupakan salah satu perwujudan dari pemanfaatan kawasan Taman Hutan Raya Raden Soerjo, menurut data jumlah kunjungan dari tahun 2016-2020, terdapat perbedaan jumlah pengunjung Air Terjun Watuondo mencapai 94.978 dan Air Terjun Tretes

hanya mencapai 35.285 dalam kurun 5 tahun terakhir, perbedaan tersebut karena *track* jalur menuju Air Terjun Watuondo dari tempat parkir hanya cukup berjalan menuruni anak tangga sekitar 200-400 meter. Berbeda dengan Air Terjun Tretes yang harus menyusuri jalanan setapak berlapis tanah dengan jarak sekitar \pm 3,5 kilometer (Supriyono, 2021).

Gambar 1.3 Akses Air Terjun Tretes



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Untuk menuju lokasi Air Terjun dari parkir dilalui dengan jalan setapak, medan yang naik turun dengan jalanan yang masih berbatu dan saat musim hujan jalanan menjadi becek dan licin, kawasan Air Terjun Tretes dengan curah hujan cukup tinggi berkisar 5.856 mm/tahun apabila wisatawan tidak ingin berjalan kaki, pengunjung bisa menyewa ojek gunung yang disediakan warga setempat. Ongkos untuk ojek gunung, yaitu Rp. 20.000 dan pengunjung sudah bisa sampai di Pos Tahura, namun dengan jalanan yang masih berlapis tanah ojek juga harus berhati hati karena jalanan yang sempit dan tidak ada

tiang pembatas pada pinggiran yang langsung menuju lereng jurang.

Untuk menuju lokasi Air Terjun, pengunjung melewati beberapa jembatan yang terbuat dari kayu dan bambu, namun kondisinya sudah rentan berlumut dan bahkan ada yang berlubang sehingga pengunjung harus lebih berhati hati saat melewati jembatan jembatan tersebut. Untuk fasilitasnya tersedia toilet, mushala, aula dan spot foto dengan pemandangan hutan dan sungai dengan aliran air yang bening. Air terjun tretes merupakan objek wisata yang memiliki berbagai keunggulan, oleh karena itu dibutuhkan pengembangan pariwisata.

Potensi Air Terjun Tretes sebenarnya sangat luar biasa jika dikelola dengan baik, terlebih lagi apabila ada investor dari pihak swasta yang turut andil dalam pengelolaan, wisata ini bisa menjadi daya dorong untuk menggerakkan perekonomian masyarakat, yang pada ujungnya juga mendongkrak pendapatan daerah. Berkaitan dengan studi Ilmu Administrasi Publik, yaitu bagaimana UPT TAHURA Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur berperan penting sebagai perencana, pelaksana, dan fasilitator untuk menjamin pelaksanaan pembangunan pariwisata. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut maka penelitian ini mengangkat judul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Air

Terjun Tretes Kec. Wonosalam, Kab. Jombang”.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bentuk strategi apa yang digunakan untuk pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tretes, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang?

KERANGKA TEORI Administrasi Publik

Administrasi publik, menurut Chandler dan Plano (dalam Keban, 2008:4) adalah proses di mana sumber daya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Menurut Pasolong (2011:3) Administrasi adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bekerjasama untuk mencapai tujuan atas dasar efektif, efisien dan rasional. Selanjutnya ia menyatakan administrasi mempunyai dua dimensi, yaitu dimensi karakteristik dan dimensi unsur-unsur. Perkembangan ilmu administrasi publik diidentifikasi dalam enam paradigma yakni:

1. Paradigma I, paradigma dikotomi politik dan administrasi (1900-1926).
2. Paradigma II, prinsip-prinsip administrasi (1927-1937)

3. Paradigma III, administrasi publik sebagai ilmu politik (1950-1970)
4. Paradigma IV, administrasi publik sebagai ilmu administrasi (1956-1970)
5. Paradigma V, administrasi publik sebagai ilmu administrasi publik (1970-1990)
6. Paradigma VI, administrasi publik sebagai governance (1970-sekarang)

Manajemen Strategi

Manajemen strategi menurut Susanto (2014) adalah proses dalam penentuan arah serta pemilihan metode yang dilakukan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan organisasi. Pemilihan metode melalui formulasi dan implementasi strategi yang terencana secara sistematis. Dua elemen manajemen strategi, yaitu formulasi dan implementasi strategi. Organisasi menentukan arah strategi, visi misi, strategi dan sasaran dalam formulasi strategi sementara dalam implementasi strategi merupakan penetapan sistem organisasi, SDM, dan struktur sehingga semua elemen harus dilandasi oleh kepemimpinan dan budaya yang sesuai dengan organisasi. David (2011) mengatakan bahwa untuk mencapai tujuan organisasi dibutuhkan manajemen strategi sebagai seni dan ilmu perumusan, penerapan, evaluasi dan keputusan strategis.

Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah suatu upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan yang membentuk dan mengarahkan apakah suatu organisasi itu, apa yang dilakukan, dan mengapa organisasi tersebut melakukan itu (Bryson, 2003). Perencanaan strategis dipandang sebagai metode untuk mengelola perubahan yang tidak dapat dihindari sehingga dapat juga disebut sebagai metode untuk berurusan dengan kompleksitas lingkungan yang seringkali erat hubungannya dengan kepentingan organisasi. Taylor (dalam Ramli, 2017) mengatakan bahwa perencanaan strategis adalah cara untuk mengelola perubahan sehingga organisasi dapat bertahan di lingkungan yang selalu berubah. Menurut Bryson (2003) beberapa tahapan proses perencanaan strategis, yaitu:

1. Memprakarsai dan menyepakai suatu proses perencanaan strategis
2. Mengidentifikasi mandat organisasi
3. Memperjelas misi dan menilai organisasi
4. Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman (Faktor Ekonomi, Regulasi, Sosial Budaya, Faktor Politik, Partisipasi Masyarakat, Faktor Teknologi, Keterlibatan stakeholder)
5. Menilai lingkungan internal : kekuatan dan kelemahan (Kesesuaian Visi Misi

Organisasi, SDM Organisasi, Sarana Prasarana, Anggaran atau Dana)

6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi
7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu

Analisis SWOT Sebagai Alat

Perencanaan Strategis

Menurut Rangkuti (2016:10), SWOT adalah suatu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu organisasi atau situasi bisnis. SWOT memungkinkan organisasi untuk memahami kondisi internal dan eksternalnya dan membantu dalam merumuskan strategi yang efektif. Elemen SWOT menurut Rangkuti (2016:10), yaitu :

1. Kekuatan (Strengths)
2. Kelemahan (Weaknesses)
3. Peluang (Opportunities)
4. Ancaman (Threats)

Tabel 1.2 Matriks SWOT

IFAS (Internal Faktor Analysis Summary)	<i>STRENGTHS (S)</i> Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kekuatan internal	<i>WEAKNESS (W)</i> Tentukan 5-10 Faktor-faktor kelemahan internal
EFAS(External Factor Analysis Summary)		
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> Tentukan 5-10 Faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Strategi menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREATS (T)</i> Tentukan 5-10 Faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2016:10)

Keterangan:

a. Strategi S-O: Strategi ini dibuat sejalan dengan visi organisasi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mendapat peluang sebesar besarnya.

b. Strategi S-T: Strategi ini dibuat untuk mengatasi ancaman organisasi dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki organisasi.

c. Strategi W-O: Strategi ini diterapkan dengan meminimalkan kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang yang dimiliki organisasi.

d. Strategi W-T: Strategi ini diterapkan dengan usaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang ada berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau yang biasa dikenal dengan *mixed method* dengan design *exploratory sequential*. Adapun lokasi penelitian ini terletak di UPT Taman Hutan Raya Raden Soerjo Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur serta pada kawasan objek wisata Air Terjun Tretes yang terletak di Dusun Pengajaran, Desa Galengdowo, Kec. Wonosalam, Kab. Jombang. Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek penelitian ini meliputi UPT TAHURA Raden Soerjo Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur, Polisi

hutan Manggala Agni, Karang Taruna Desa Galengdowo, serta Pelaku Usaha. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan informan, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pra survey, dan jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Analisis lingkungan internal pada objek wisata Air terjun Tretes berfokus pada pengidentifikasian kekuatan serta kelemahan yang ada.

1. Kesesuaian Visi dan Misi

Dalam kesesuaian visi dan misi yang pada pengembangan Wisata Air Terjun Tretes terdapat visi misi yang konservatif, yaitu adanya landasan yang kuat dalam menjaga keseimbangan antara daya tarik wisata dan pelestarian lingkungan. Upaya nyata dalam mewujudkan visi dan misi ini, seperti menjaga kebersihan melalui peran aktif petugas dan masyarakat, menunjukkan komitmen pengelola dalam menciptakan ekosistem wisata yang berkelanjutan. Dengan visi dan misi yang sesuai, Air Terjun Tretes berpotensi terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan yang tetap menjaga kelestarian alam dan

memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar.

2. Sumber Daya dalam Organisasi

Dalam upaya menjadikan Air Terjun Tretes sebagai destinasi wisata yang semakin menarik dan aman, para petugas di kawasan wisata ini telah mengikuti pelatihan-pelatihan khusus. Pelatihan pemandu wisata membekali mereka dengan pengetahuan mendalam tentang keindahan alam, sejarah, dan kekayaan budaya sekitar air terjun. Sementara itu, pelatihan *Search and Rescue* (SAR) meningkatkan kesiapsiagaan mereka dalam menghadapi berbagai situasi darurat, mulai dari kecelakaan kecil hingga bencana alam. Selain itu, keberadaan tenaga kerja yang berkompeten di tingkat strategis, seperti Kepala Seksi Perencanaan, Pengembangan dan Pemanfaatan UPT dan pengelola program, memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan program wisata yang lebih profesional.

3. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan sebuah fasilitas yang mutlak dipenuhi guna mampu memberi adanya kemudahan dalam melakukan penyelenggaraan suatu kegiatan, meskipun belum mampu memenuhi sarana dan prasarana dengan semestinya.

Pada objek wisata Air Terjun Tretes, terdapat area parkir yang cukup luas, yang dapat memudahkan pengunjung yang membawa kendaraan. Selain itu, disediakan jasa ojek untuk mempermudah pengunjung mencapai pintu masuk, dengan harga tiket masuk Rp 10.000,- yang terbilang cukup murah untuk wisata alam. Fasilitas sarana dan prasarana pada objek wisata Air Terjun Tretes dapat dikatakan cukup lengkap, di mana fasilitas tersebut mencakup area parkir, tiket masuk, gazebo, warung makan, pos keamanan, musholla, dan toilet.

Namun, terdapat kelemahan yang signifikan. Salah satunya adalah akses yang sulit dan kurang aman. Jalanan menuju air terjun masih banyak bagian yang berupa jalan setapak tanah, yang membuat pengguna kendaraan, termasuk motor, kesulitan untuk mengaksesinya. Kelemahan lainnya adalah tidak adanya listrik sama sekali di lokasi objek wisata Air Terjun Tretes. Hal ini sangat signifikan karena lokasi air terjun berada di dalam hutan sehingga saat mendung atau hujan, minimnya cahaya akan menyebabkan penglihatan yang buruk. Ini tidak hanya mengganggu kenyamanan pengunjung, tapi juga meningkatkan risiko kecelakaan.

4. Anggaran atau Dana

Ketersediaan anggaran dalam pengelolaan objek wisata Air Terjun Tretes merupakan salah satu aspek penting yang

berperan dalam mendukung operasional harian serta investasi jangka panjang. Alokasi dana ini memungkinkan pengelola untuk menjaga kebersihan, memperbaiki infrastruktur, dan menambah fasilitas penunjang. Selain itu, anggaran juga digunakan untuk kegiatan promosi guna menarik lebih banyak pengunjung. Namun, keterbatasan anggaran menjadi tantangan tersendiri dalam pengelolaan Wisata Air Terjun Tretes karena alokasi dana yang terbatas, pihak pengelola harus secara cermat menentukan prioritas, terutama pada aspek pemeliharaan fasilitas yang mendesak.

B. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Pada bagian ini, akan dilakukan analisis mendalam mengenai hasil penelitian yang telah diperoleh dari lingkungan eksternal yang memengaruhi objek wisata Air Terjun Tretes.

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi memegang peranan penting dalam pengembangan objek wisata Air Terjun Tretes. Kondisi perekonomian yang fluktuatif, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19, berdampak langsung pada jumlah pengunjung dan pendapatan masyarakat lokal. Selama pandemi, objek wisata ini terpaksa ditutup sehingga warung-warung dan jasa ojek di sekitar lokasi pun mengalami penurunan

pendapatan yang drastis. Adanya ketidakstabilan ekonomi yang memengaruhi daya beli masyarakat dan kemampuan mereka untuk mengalokasikan anggaran untuk kegiatan wisata. Oleh karena itu, inovasi dan peningkatan kualitas layanan serta fasilitas menjadi hal yang krusial agar tetap kompetitif di tengah kondisi ekonomi yang fluktuatif.

2. Regulasi

Pada aspek regulasi, pengembangan Wisata Air Terjun Tretes terikat pada sejumlah ketentuan hukum, termasuk UU Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya (KSDHE), PP Nomor 34 Tahun 2002 tentang Tata Hutan, dan Perda Provinsi Jawa Timur Nomor 8 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Regulasi ini berperan penting dalam menjaga pelestarian lingkungan dengan mengatur pemanfaatan sumber daya alam di kawasan konservasi. Regulasi yang mendukung konservasi ini menciptakan peluang bagi pihak pengelola untuk mengembangkan wisata berbasis ekologi yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memprioritaskan kelestarian alam.

3. Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial budaya memainkan peran penting dalam pengembangan objek wisata Air Terjun Tretes. Salah satu peluang besar yang bisa dimanfaatkan adalah Air Terjun

Tretes yang berada di sekitar komunitas lokal yang kaya akan tradisi dan budaya memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan mampu meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata, seperti penjualan produk lokal dan penyediaan jasa transportasi, juga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Dengan memanfaatkan nilai budaya yang ada, Air Terjun Tretes memiliki potensi untuk menjadi lebih menarik di mata wisatawan yang mencari pengalaman berbeda.

4. Faktor Politik

Faktor politik merupakan faktor yang cukup kuat dalam pembentukan di masyarakat. Kebijakan-kebijakan pemerintah, misal, mampu secara langsung memberikan pengaruh terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya dari masyarakat (Beetham, 2018). Pada proses pengembangan objek wisata ini didapatkan hasil bahwa kondisi Politik tidak berpengaruh pada proses pengembangan, pengembangan tetap berjalan meskipun saat kondisi politik sedang tidak stabil. Hal tersebut merupakan peluang yang baik karena proses pengembangan tidak bergantung dengan kondisi politik yang ada.

5. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Air Terjun Tretes memainkan peran penting dalam mendukung keberlanjutan dan keberhasilan destinasi wisata ini. Masyarakat lokal terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti penyediaan jasa ojek dari area parkir ke pintu masuk, serta penjualan makanan dan produk lokal. Pelibatan masyarakat ini memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi penduduk sekitar, menciptakan peluang untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Keterlibatan ini juga membantu menciptakan rasa memiliki terhadap objek wisata Air Terjun Tretes, yang pada gilirannya meningkatkan kepedulian mereka terhadap pelestarian lingkungan sekitar kawasan wisata.

6. Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi dalam konteks pengelolaan Air Terjun Tretes menjadi salah satu faktor yang memberikan peluang besar untuk meningkatkan daya tarik dan operasional wisata. Pemanfaatan teknologi informasi, seperti media sosial dan aplikasi mobile, memungkinkan destinasi wisata ini lebih dikenal oleh masyarakat luas. Melalui *platform* digital seperti *Instagram*, *Youtube*, dan *Facebook*, pengelola dapat mempromosikan keindahan alam dan fasilitas yang tersedia di Air Terjun Tretes kepada calon pengunjung dengan cara yang lebih efektif.

7. Keterlibatan *Stakeholders*

Dalam analisis lingkungan eksternal terkait faktor *stakeholders*, pengelolaan Air Terjun Tretes bergantung pada keterlibatan berbagai pihak, baik dari pengelola dan masyarakat lokal. Salah satu peluang yang dimiliki terkait keterlibatan stakeholder yaitu dalam pengelolaannya sudah melibatkan Karang taruna Desa Galengdowo, sehingga terdapat hubungan sinergi yang baik antara pemerintah sebagai pihak pengelola, yaitu UPT Tahura dengan Krang Taruna Desa Galengdowo. Namun, dalam pengelolaan Air Terjun Tretes belum ada kerja sama dengan pihak swasta hal tersebut merupakan ancaman yang timbul, sehingga pengelolaan pariwisata ini berjalan lambat dan dengan anggaran serta sumber daya yang terbatas.

C. Identifikasi isu strategis

Setelah dilakukan identifikasi isu strategis ditemukan hasil sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strengths*):

- a. Visi dan misi organisasi yang konservatif
- b. Petugas UPT berpendidikan tinggi
- c. Staf dengan kompetensi khusus
- d. Ketersediaan area parkir luas
- e. Fasilitas lengkap
- f. Memiliki potensi sebagai Air Terjun tertinggi
- g. Harga tiket masuk tergolong murah.

2. Kelemahan (*weaknesses*):

- a. Akses jalan yang sulit

- b. Kurangnya keamanan
- c. Tidak adanya listrik
- d. Keterbatasan internet
- e. Keterbatasan anggaran

3. Peluang (*opportunities*):

- a. Dukungan masyarakat lokal yang aktif,
- b. Adanya regulasi yang mendukung,
- c. Adanya sosial media untuk media promosi
- d. Tidak adanya hambatan politik
- e. Adanya kerja sama dengan Karang Taruna

4. Ancaman (*threats*)

- a. Tidak adanya kerja sama dengan sektor swasta
- b. Kondisi ekonomi yang fluktuatif

C. Penyelesaian Isu Strategis

Pada analisis SWOT, dibuat matriks SWOT, di mana di dalamnya mencakup strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), strategi S-T (*Strengths-Threats*), strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), dan strategi W-T (*Weaknesses-Threats*). Hasil dari Matriks SWOT sebagai berikut:

a) Strategi S-O

1. Memanfaatkan Fasilitas yang lengkap untuk menarik wisatawan melalui keterlibatan dan dukungan masyarakat sekitar (S5-O3)
2. Memanfaatkan staf berkompentensi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata melalui program pelatihan dan pemberdayaan (S3-O6)

3. Memanfaatkan potensi Air Terjun Tretes sebagai air terjun tertinggi untuk promosi melalui media sosial untuk menarik lebih banyak wisatawan (S6-O7)

b) Strategi S-T

1. Memanfaatkan inovasi staf dengan kompetensi khusus dalam bidang pariwisata untuk mengatasi kondisi ekonomi yang fluktuatif, dengan tetap menjaga harga tiket terjangkau (S3-T1)

2. Memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan pihak swasta (T2-S6)

c) Strategi W-O

1. Meningkatkan aksesibilitas dengan bantuan karang taruna dan masyarakat lokal (W1-O4)

2. Mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal dan karang taruna (W3-O3)

3. Mencari sumber pendanaan alternatif dengan dukungan masyarakat lokal untuk mengatasi keterbatasan dana agar dapat meningkatkan fasilitas di kawasan wisata (W5-O)

d) Strategi W-T

1. Mengatasi keterbatasan internet dengan menggunakan metode promosi tradisional (brosur atau pengumuman di tempat wisata) agar menjaga objek wisata tetap eksis meskipun kondisi ekonomi tidak stabil (W4-T1)

Setelah melakukan pengidentifikasian berkaitan dengan isu-isu strategis, ditemukan 9 isu strategis, yang kemudian dilakukan evaluasi terhadap isu-isu strategis tersebut. Alat ukur yang dipakai dalam pengevaluasian isu strategis, yaitu uji *litmus* yang dibuat oleh Bryson (2003). Evaluasi tersebut dilakukan dengan menguji pertanyaan terkait masing-masing isu strategis yang sudah dirumuskan. Pada uji ini, terdapat klasifikasi berdasarkan kriterianya, yaitu:

a. Skor 1 untuk jawaban yang nilainya operasional

b. Skor 2 untuk jawaban yang nilainya moderat

c. Skor 3 untuk jawaban yang nilainya strategis

Hasil tes litmus yang berkaitan dengan isu strategis pada pengembangan objek wisata Air Terjun Tretes adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Hasil Tes Uji Litmus

No.	Isu/Strategi	Klasifikasi								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	12	12	12	12	12	12	12	12	12
13.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	13	13	13	13	13	13	13	13	13
14.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	14	14	14	14	14	14	14	14	14
15.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	15	15	15	15	15	15	15	15	15
16.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	16	16	16	16	16	16	16	16	16
17.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	17	17	17	17	17	17	17	17	17
18.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	18	18	18	18	18	18	18	18	18
19.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	19	19	19	19	19	19	19	19	19
20.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	20	20	20	20	20	20	20	20	20
21.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	21	21	21	21	21	21	21	21	21
22.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	22	22	22	22	22	22	22	22	22
23.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	23	23	23	23	23	23	23	23	23
24.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	24	24	24	24	24	24	24	24	24
25.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	25	25	25	25	25	25	25	25	25
26.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	26	26	26	26	26	26	26	26	26
27.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	27	27	27	27	27	27	27	27	27
28.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	28	28	28	28	28	28	28	28	28
29.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	29	29	29	29	29	29	29	29	29
30.	Apakah terdapat isu strategis yang berkaitan dengan strategi pemasaran?	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2024
Berdasarkan tabel 3.1, menunjukkan hasil uji litmus, di mana isu-isu strategis yang sudah disebutkan sebelumnya diuji menggunakan litmus, di mana penjelasan klasifikasi total skor uji litmus sebagai berikut:

- a. Isu bersifat operasional range skor 13-21
- b. Isu bersifat moderat range skor 22-30
- c. Isu bersifat strategis range skor 31-39

Berdasarkan hasil uji litmus yang telah dilakukan, dari total 9 isu yang dipaparkan, 3 di antaranya diklasifikasikan sebagai "strategis", sementara 6 lainnya dikategorikan sebagai "moderat".

Strategi dengan klasifikasi "moderat" mencakup beberapa upaya seperti memanfaatkan Fasilitas yang lengkap untuk menarik wisatawan melalui keterlibatan dan dukungan masyarakat

sekitar (skor 26), memanfaatkan staf berkompentensi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata melalui program pelatihan dan pemberdayaan (skor 22), memanfaatkan potensi Air Terjun Tretes sebagai air terjun tertinggi untuk promosi melalui media sosial untuk menarik lebih banyak wisatawan (skor 22), memanfaatkan inovasi staf dengan kompetensi khusus dalam bidang pariwisata untuk mengatasi kondisi ekonomi yang fluktuatif, dengan tetap menjaga harga tiket terjangkau (skor 22), meningkatkan aksesibilitas dengan bantuan karang taruna dan masyarakat lokal (skor 30), mengatasi keterbatasan internet dengan menggunakan metode promosi tradisional (brosur atau pengumuman di tempat wisata) agar menjaga objek wisata tetap eksis meskipun kondisi ekonomi tidak stabil (skor 25). Strategi-strategi ini memiliki dampak yang cukup signifikan tetapi tidak memerlukan perubahan besar atau sumber daya yang kompleks sehingga dapat diterapkan dengan dukungan internal serta kolaborasi dengan masyarakat sekitar.

Sementara itu, strategi dengan klasifikasi "strategis" adalah yang memiliki dampak dan urgensi lebih besar terhadap keberhasilan pengembangan wisata. Strategi-strategi ini antara lain mencakup mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal

dan karang taruna (skor 35), mencari sumber pendanaan alternatif dengan dukungan masyarakat lokal untuk mengatasi keterbatasan dana agar dapat meningkatkan fasilitas di kawasan wisata (skor 33), serta memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan pihak swasta (skor 31). Strategi-strategi ini memerlukan komitmen tinggi serta kolaborasi instansi atau lembaga untuk mengatasi tantangan yang dihadapi sehingga dianggap sangat penting dan strategis dalam jangka panjang untuk keberlanjutan Wisata Air Terjun Tretes.

D. Perumusan isu strategis

1. Mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal dan karang taruna

Pemasangan listrik dan internet di area wisata menjadi prioritas untuk meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas bagi pengunjung. Saat ini, terbatasnya akses terhadap fasilitas dasar tersebut menjadi penghambat dalam memberikan pengalaman wisata yang optimal. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan dukungan dari masyarakat lokal serta keterlibatan karang taruna sebagai mitra yang memahami kebutuhan serta dinamika komunitas di sekitar area wisata. Kolaborasi ini diharapkan mampu mempercepat proses pengadaan

infrastruktur yang diperlukan dan meningkatkan daya tarik wisata.

2. Mencari sumber pendanaan alternatif dengan dukungan masyarakat lokal untuk mengatasi keterbatasan dana agar dapat meningkatkan fasilitas di kawasan wisata

Memanfaatkan sumber pendanaan selain dana pemerintah dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai mitra utama. Pendanaan alternatif bisa berasal dari berbagai sumber, seperti crowdfunding, membuat kegiatan tambahan yang berorientasi profit atau kerjasama dengan organisasi non-pemerintah. Dukungan masyarakat lokal sangat penting karena mereka memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan potensi daerah wisata, serta lebih mudah untuk mengelola dan memelihara fasilitas setelah dibangun. Dengan pendekatan ini, kawasan wisata dapat berkembang secara berkelanjutan, mengurangi ketergantungan pada dana internal, dan memberdayakan masyarakat untuk mengambil peran aktif dalam pengelolaan dan pemeliharaan objek wisata.

3. Memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan pihak swasta

Strategi memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan

pihak swasta melibatkan identifikasi keunikan destinasi, penyusunan proposal yang jelas, dan penawaran manfaat yang saling menguntungkan. Kerja sama ini dapat mencakup pembangunan infrastruktur, penyediaan fasilitas pendukung, dan promosi bersama, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas destinasi wisata dan memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat, kerja sama ini penting untuk menambah pendanaan serta sumber daya guna menunjang proses pengembangan objek wisata.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan, kondisi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) yang ada pada Air Terjun Tretes, yaitu terdapat visi dan misi organisasi yang konservatif, ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten seperti petugas UPT berpendidikan tinggi serta staf dengan kompetensi khusus, ketersediaan area parkir luas, fasilitas lengkap, memiliki potensi sebagai Air Terjun tertinggi, serta harga tiket masuk tergolong murah. Namun, terdapat beberapa kelemahan pada Objek Wisata Air Terjun Tretes, yaitu berkaitan dengan akses jalan yang sulit, kurangnya keamanan, tidak adanya listrik,

keterbatasan internet, serta keterbatasan anggaran.

Berdasarkan pada analisis lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) pada Air Terjun Tretes terdapat beberapa peluang yang dimiliki oleh Air Terjun Tretes, yaitu dukungan masyarakat lokal yang aktif berpartisipasi, adanya regulasi yang mendukung, adanya sosial media untuk memperkenalkan wisata Air Terjun Tretes, tidak adanya hambatan politik, serta adanya kerja sama dengan Karang Taruna. Namun, ancaman pada Objek Wisata Air Terjun Tretes, yaitu terdapat pada tidak adanya kerja sama dengan sektor swasta serta kondisi ekonomi yang fluktuatif atau tidak menentu.

Hasil dari analisis lingkungan strategis yang selanjutnya dirumuskan ke dalam isu-isu strategis dengan menggunakan matriks analisis SWOT yang kemudian dari hasil tersebut menghasilkan empat tipe strategi, yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan strategi W-T. Langkah selanjutnya adalah mengukur tingkat strategis isu-isu tersebut menggunakan tes *litmus*. Pengujian tes *litmus* menggunakan bobot nilai terhadap beberapa pertanyaan. Terkait isu-isu strategis dari hasil tes *litmus* dalam pengembangan pariwisata pada Air Terjun Tretes terdapat 3 isu yang bersifat strategis dan 6 yang bersifat moderat. Isu-isu yang

bersifat strategis tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal dan karang taruna.
2. Mencari sumber pendanaan alternatif dengan dukungan masyarakat lokal untuk mengatasi keterbatasan dana agar dapat meningkatkan fasilitas di kawasan wisata.
3. Memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan pihak swasta.

Isu strategis yang memiliki skor tinggi harus mendapat prioritas dalam upaya pengembangan pariwisata Air Terjun Tretes, dalam penelitian ini isu strategis yang memiliki skor tinggi adalah “Mengupayakan pemasangan listrik dan internet melalui dukungan masyarakat lokal dan karang taruna”

SARAN

Berdasarkan hasil analisis, diharap dapat memprioritaskan upaya pemasangan listrik dan internet di kawasan wisata Air Terjun Tretes melalui dukungan masyarakat lokal dan Karang Taruna. Langkah ini akan meningkatkan kenyamanan pengunjung dan memperkuat promosi digital. Selain itu, penting untuk mencari sumber pendanaan alternatif dengan melibatkan masyarakat lokal guna

mengatasi keterbatasan dana dan meningkatkan fasilitas wisata. Terakhir, memanfaatkan potensi Air Terjun tertinggi untuk menarik kerja sama dengan pihak swasta dapat mempercepat pengembangan dan meningkatkan daya saing destinasi wisata. Rekomendasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya tarik Air Terjun Tretes sebagai destinasi wisata unggulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, J. M. (2003). *Perencanaan strategis bagi organisasi sosial*. 14–41.
- BPS (2023) Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- Keban, Y. T. (2008). *Enam dimensi strategis administrasi publik: konsep, teori dan isu*. Jakarta, Gava Media.
- Pasolong, H. (2011). *Teori Administrasi Publik*. Cetakan ketiga. CV. Alfabeta.
- Rahmawati, A. (2020). *Implementasi Kebijakan Program Pengembangan Komoditas Pada Kawasan Strategi Kabupaten Di Kabupaten Bone*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ramli, M. (2017). *Manajemen Strategik Sektor Publik*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Tama.
- Susanto, A. B. (2014). *Manajemen strategik komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Supriyono, M. M. S., & Sutedjo, A. (2021). *Studi Penyebab Perbedaan Jumlah Kunjungan Wisatawan Objek Wisata*

Alam Air Terjun Tretes Dan Air
Terjun Watuondo Di Kawasan Taman
Hutan Raya Raden Soerjo. *Swara
Bhumi, Vol. 2 No.*
[https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/
swara-bhumi/article/view/42613](https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/swara-bhumi/article/view/42613)