

Strategi Pengembangan Wisata Kedung Mansur di Desa Jatisari

Siti Yuliana*, Nurjannah Rahayu Kistanti

Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*lianananda1911@student.unnes.ac.id

ABSTRACT

This The current tourism phenomenon is experiencing rapid development. Indonesia's rapid economic growth and public awareness of community-based tourism are tourism management concepts that place local communities as key actors in tourism development. This concept aims not only to increase tourist visits but also to empower communities, preserve local culture, and preserve the environment. The development of community-based tourism in Jatisari Village holds significant potential for boosting the local economy and empowering the community. This research was conducted using qualitative methods. Data collection techniques used were observation and interviews. Interviews were conducted with community leaders, tourism operators, and other stakeholders to obtain more in-depth information. The data used included interview results, documentation, and observations. The purpose of this research was to identify potential and obstacles, and formulate appropriate strategies for developing Kedung Mansur tourism using a participatory and sustainable approach so that tourism can develop rapidly and increase its appeal to both local and international tourists. However, several obstacles remain to be addressed to ensure that tourism in Kedung Mansur achieves these goals. This research aims to identify opportunities and obstacles for developing community-based tourism in Jatisari Village.

Keywords: *Community-Based Tourism, Village Development, Local Economy*

ABSTRAK

Fenomena dalam dunia pariwisata saat ini mengalami perkembangannya sangat pesat. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat dan kesadaran masyarakat akan dunia pariwisata berbasis masyarakat adalah konsep pengelolaan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengembangan pariwisata. Konsep ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, juga untuk memberdayakan masyarakat maupun melestarikan budaya lokal, dan menjaga kelestarian lingkungan. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Jatisari memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian lokal dan memberdayakan masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan observasi dan wawancara, Wawancara dilaksanakan terhadap tokoh masyarakat, pelaku wisata, serta pemangku kepentingan lainnya guna memperoleh informasi yang lebih mendalam. Data yang digunakan meliputi hasil wawancara, bahan dokumentasi dan observasi. Tujuan penelitian Ini adalah untuk mengidentifikasi potensi, hambatan, serta merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan wisata Kedung Mansur dengan pendekatan partisipatif dan berkelanjutan agar ke depannya wisata dapat berkembang dengan pesat dan menambah daya Tarik wisatawan lokal maupun manca negara. Namun, terdapat beberapa kendala yang masih terus kita perbaiki agar wisata di Kedung Mansur

mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan kendala pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Jatisari.

Kata kunci: Pariwisata Berbasis Masyarakat, Pengembangan Desa, Perekonomian Lokal

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata. Pariwisata adalah perjalanan lebih, baik itu direncanakan ataupun tidak direncanakan oleh orang yang melakukan perjalanan tersebut (Handayani & Hidayat, 2019).

Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perusahaan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri (Rahman et al., 2020).

Indonesia adalah Negara kepulauan yang sangat kaya dengan berbagai obyek wisata. Banyaknya pulau dan adat yang berbeda melahirkan beragam seni dan budaya (Sunyoto & Saksono, 2022). Keunikan inilah yang membuat banyak wisatawan, baik lokal maupun asing datang untuk berkunjung.

Kabupaten Blora merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Blora terkenal dengan berbagai jenis kekayaan alamnya yang potensial untuk dikembangkan. Salah satunya adalah kekayaan alam yang berwujud wisata di Desa Jatisari (Saputri & Huda, 2020).

Desa Jatisari dengan potensi memiliki pariwisata alam berupa Kedung Mansur, memiliki daya tarik unik yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata berbasis masyarakat. Kedung Mansur adalah sebuah kawasan wisata alam yang menawarkan keindahan air terjun, panorama hutan jati, serta potensi kegiatan wisata berbasis ekowisata. Tempat ini belum memiliki tanggal resmi “didirikan” sebagai objek wisata formal. Namun, catatan dari eksplorasi awal tahun 2016 menyebutkan bahwa Air Terjun Kedung Mansur sudah dikenal dan “dimiliki” oleh Perhutani KPH Randublatung sejak setidaknya tahun 2016. Dahulu, kedung ini menjadi tempat memandikan kerbau.

Cerita rakyat setempat menyebut nama “Mansur” berasal dari air tuak lamaran yang tumpah di kedung saat acara adat, yang kemudian diberi nama “Kedung Mansur”. Saat ini, belum terdapat badan pengelola profesional yang terstruktur (baik BUMDes/Pokdarwis resmi). informal, pemantau kawasan adalah penjaga dari Wisma Agro Wisata Temanjang (perseorangan dari desa) bersama tokoh masyarakat seperti Warsu (usia 65 tahun) yang membantu menjaga dan menjaga keamanan Kawasan. Terdapat niat kolaborasi antara Perhutani, Pokdarwis, BumDes Desa Jatisari dan Pemerintah Kabupaten Blora untuk memperkuat kelembagaan dan manajemen wisata, yang sempat dibahas dalam konteks revitalisasi bersama Jati Denok (2025). Namun pengembangan kawasan ini menghadapi berbagai peluang dan kendala yang

membutuhkan pendekatan strategis agar pengelolaan pariwisata dapat berjalan secara lancar.

Objek wisata yang berlokasi di Dukuh Temanjang, Desa Jatisari, Kecamatan Banjarejo, Kabupaten Blora, Provinsi Jawa Tengah ini merupakan salah satu destinasi alam yang menyuguhkan keindahan panorama serta nilai-nilai kultural yang masih terjaga dengan baik. Dengan harga tiket masuk yang sangat terjangkau, yaitu hanya sebesar Rp5.000 per orang, pengunjung sudah dapat menikmati suasana tenang dan asri yang cocok untuk melepas penat dari aktivitas harian. Kawasan ini buka setiap hari mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB, memberikan waktu yang cukup panjang bagi wisatawan untuk mengeksplorasi berbagai fasilitas yang tersedia, di antaranya adalah wisma tradisional, vila yang menyatu dengan alam, sendang sumur tua yang sarat nilai sejarah, gapura dan arca sebagai simbol budaya, grojokan alami, serta fasilitas penunjang seperti musholla dan toilet.

Pengelolaan wisata ini dilakukan secara kolaboratif antara pihak Perhutani dengan pengelola perorangan, yang secara bertahap terus melakukan penataan dan pengembangan kawasan agar lebih nyaman dan layak dikunjungi. Namun demikian, perlu dicatat bahwa beberapa infrastruktur seperti akses jalan menuju lokasi dan beberapa fasilitas umum masih memerlukan perbaikan dan peningkatan kualitas. Dalam perencanaannya, kawasan ini ke depannya akan dikembangkan lebih lanjut dengan mengintegrasikan potensi wisata lainnya di sekitar Desa Jatisari, seperti destinasi Jati Denok dan potensi alam lokal lainnya, sehingga diharapkan mampu menjadi daya tarik wisata yang saling terhubung.

Bagi para pengunjung, sangat disarankan untuk mempersiapkan diri dengan membawa bekal makanan dan minuman, serta mengenakan alas kaki yang nyaman, mengingat keterbatasan fasilitas warung atau tempat makan di area tersebut. Secara keseluruhan, tempat ini sangat cocok dijadikan tujuan wisata bagi siapa saja yang menginginkan suasana tenang dan alami untuk keperluan *healing*, kegiatan spiritual, edukasi berbasis lingkungan, maupun dokumentasi fotografi yang menyoroti keindahan flora lokal dan unsur budaya khas pedesaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali informasi secara mendalam dengan pendekatan deskriptif eksploratif (Sugiyono, 2019). Penelitian ini mengenai strategi pengembangan Wisata Kedung Mansur di Desa Jati Sari. Penelitian ini dilaksanakan di daerah Desa Jati Sari, Kecamatan Banajajero, Kabupaten Blora. Adapun waktu penelitian dilakukan selama bulan Mei 2025.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui 3 teknik guna memenuhi hasil meliputi: Pertama Observasi Lapangan Melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi fisik kawasan Kedung Mansur dan aktivitas masyarakat. Kedua wawancara: Melibatkan tokoh masyarakat, pelaku wisata, dan pemangku kepentingan lainnya. Ketiga Dokumentasi: Menghimpun data pendukung dari berbagai dokumen resmi, foto, dan artikel terkait.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai metode untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu program atau kegiatan, dalam hal ini adalah pengembangan wisata Kedung Mansur. Teknik ini membantu dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat dengan cara mengelompokkan data ke dalam empat komponen utama. Hasil dari analisis SWOT ini digunakan untuk menyusun strategi yang bersifat aplikatif dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Strategi yang dihasilkan nantinya diharapkan dapat memberikan arah pengembangan wisata Kedung Mansur secara berkelanjutan dan berbasis potensi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Profil Umum Desa Jatisari dan Kedung Mansur

Desa Jatisari merupakan salah satu desa di Kecamatan Banjarejo, Kabupaten Blora, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 312 hektar yang terdiri atas lahan pertanian, pemukiman, serta kawasan hutan dan perbukitan yang masih alami. Berdasarkan data terakhir, jumlah penduduk Desa Jatisari mencapai sekitar 1.287 jiwa, yang terbagi menjadi 2 dusun dan 8 RT 2 RW. Mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani, peternak, dan sebagian bekerja di sektor informal lainnya.

Desa Jatisari juga masih mempertahankan berbagai tradisi dan budaya lokal seperti kesenian tradisional, kuliner khas desa, serta kerajinan berbahan alami. Keberadaan nilai-nilai budaya ini dapat dijadikan sebagai daya tarik tambahan untuk memperkaya pengalaman wisatawan yang berkunjung. Dukungan dari pemerintah desa juga telah diarahkan untuk menjadikan potensi wisata sebagai penggerak ekonomi lokal yang baru, dengan mengintegrasikan kekayaan alam dan budaya lokal yang dimiliki desa.

Desa Jatisari memiliki Wisata Kedung Mansur, Kedung Mansur adalah salah satu destinasi wisata alam unggulan di Desa Jatisari yang berupa air terjun alami (kedung) yang dikelilingi oleh hutan dan tebing batu yang menawan. Air terjun ini menawarkan pemandangan yang masih sangat asri dan belum terjamah oleh pembangunan modern, menjadikannya tempat ideal bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan keindahan alam yang alami. Air yang jernih, udara yang sejuk, serta suasana tenang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung, baik dari dalam maupun luar daerah.

Selain keindahan alamnya, Kedung Mansur juga memiliki nilai ekologis penting karena menjadi habitat bagi berbagai jenis flora dan fauna khas daerah tropis. Potensi ini menjadikan Kedung Mansur cocok

dikembangkan sebagai ekowisata. Saat ini, pengelolaan wisata masih bersifat swadaya oleh masyarakat sekitar, dengan fasilitas yang masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terencana dan berkelanjutan agar potensi Kedung Mansur dapat dimanfaatkan secara maksimal, tanpa merusak kelestarian lingkungan dan tetap melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama.

2. Peluang Pengembangan Pariwisata di Kedung Mansur

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan, terdapat sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan Kedung Mansur sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat:

1. Keunggulan Daya Tarik Wisata

- Keindahan air terjun Kedung Mansur yang alami menjadikannya lokasi yang ideal untuk aktivitas ekowisata dan fotografi.
- Potensi pengembangan kegiatan petualangan, seperti *trekking*, berkemah, atau aktivitas sungai seperti *river tubing*.

2. Partisipasi Masyarakat Lokal

- Warga Desa Jatisari menunjukkan minat yang besar untuk terlibat dalam pengelolaan pariwisata.
- Keterampilan masyarakat dalam membuat produk khas, seperti makanan lokal dan kerajinan, dapat menjadi nilai tambah bagi destinasi ini.

3. Pasar Wisata yang Menjanjikan

- Lokasi desa yang relatif dekat dengan kota besar memungkinkan lebih banyak wisatawan domestik berkunjung.
- Tren wisata yang mengutamakan pengalaman lokal (*local experience*) dapat menjadi daya tarik utama.

3. Tantangan dalam Pengembangan Pariwisata Kedung Mansur

Pengembangan kedung Mansur menghadapi sejumlah hambatan, di antaranya:

1. Keterbatasan Infrastruktur

- Akses jalan menuju Kedung Mansur masih sulit dilalui oleh kendaraan, terutama saat musim hujan.
- Fasilitas pendukung, seperti toilet umum, tempat parkir, dan area istirahat, masih sangat minim.

2. Kurangnya Pengetahuan Masyarakat

- Sebagian besar warga belum memiliki pemahaman yang cukup tentang pengelolaan destinasi wisata berbasis komunitas.
- Belum tersedia pelatihan atau pendampingan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat.

3. Minimnya Dukungan Kebijakan

- Dana untuk pengembangan destinasi wisata ini masih terbatas.
- Promosi yang dilakukan untuk menarik wisatawan masih belum terorganisir secara maksimal.

B. Pembahasan

Desa Wisata Kedung Mansur terletak di Desa Jatisari, dengan luas wilayah 3 hektar kawasan wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan. Lokasi ini tidak terlalu jauh dari pusat Kota Blora sehingga aksesibilitas bagi pengunjung cukup mudah. Kawasan ini mulai dikembangkan sejak beberapa tahun terakhir dengan tujuan utama melindungi potensi alam, melestarikan lingkungan sekitar sungai, dan memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat setempat melalui kegiatan wisata. Pengelolaan kawasan Wisata Kedung Mansur dilakukan atas kerja sama antara pemerintah desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta partisipasi aktif masyarakat lokal. Dalam pelaksanaan sehari-hari, pengelolaan fasilitas, pelayanan wisata, kebersihan, hingga kegiatan promosi lebih banyak melibatkan masyarakat sekitar. Namun dalam aspek pendanaan dan pengembangan infrastruktur, kawasan ini masih sangat bergantung pada dana bantuan pemerintah desa dan kabupaten, serta partisipasi swadaya Masyarakat.

Analisis SWOT

Dalam menyusun strategi analisis SWOT terlebih dahulu dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal dari objek wisata Desa Jatisari. Faktor internal ialah faktor yang berasal dari dalam objek wisata itu sendiri seperti daya tarik wisata, manusia, kondisi amenities, aksesibilitas serta program atau kebijakan dinas terkait yang berada di kawasan tersebut. Sedangkan faktor eksternal ialah faktor yang secara tidak langsung terlibat dalam pengelolaan kepariwisataan Jangkaran. Dari hasil identifikasi potensi pariwisata, tantangan dan isu strategi serta diskusi publik untuk menyerap aspirasi *stakeholder* pariwisata Jangkaran ditemukan faktor internal berupa Kekuatan (S) dan Kelemahan (W) serta faktor eksternal yaitu Peluang (O) dan Ancaman (T) maka disusun pada matriks SWOT. Identifikasi faktor-faktor dalam pengembangan pariwisata di Desa Jatisari meliputi:

Tabel 1. SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ul style="list-style-type: none"> • Lanskap alam yang masih alami seperti air terjun, kolam, dan tebing menjadi daya tarik utama. • Banyak <i>spot</i> menarik yang cocok untuk foto, terutama bagi pengunjung muda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas pendukung minim (toilet, tempat sampah, gazebo, parkir). • Promosi dan <i>branding</i> destinasi belum maksimal.

<p>eksternal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jalur akses menuju lokasi sudah cukup baik untuk kendaraan bermotor. • Lingkungan masih terjaga dengan air bersih dan vegetasi yang hijau. • Lokasi berpotensi dijadikan sarana pembelajaran dan pelestarian alam. 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada paket wisata terpadu (kuliner, <i>homestay</i>, kerajinan). • Kurangnya sumber daya manusia terlatih di bidang pengelolaan wisata. Potensi kerusakan lingkungan akibat pengelolaan tidak terencana. • Belum ada tiket masuk resmi dan regulasi jelas.
<p>Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat masyarakat terhadap wisata berbasis alam dan ekowisata sedang meningkat. • Tersedia dukungan dari pihak desa atau instansi pariwisata . • Terbuka kemungkinan kolaborasi dengan pelaku pariwisata seperti agen perjalanan, fotografer, dan pembuat konten. • Dapat dikembangkan usaha lokal seperti makanan khas atau cendera mata. • Media sosial bisa menjadi sarana promosi yang efisien dan murah. 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gunakan daya tarik alam dan <i>spot</i> foto menarik untuk promosi digital. • Rancang wisata berbasis edukasi dan pelestarian lingkungan. • Bangun kerja sama dengan fotografer, <i>influencer</i>, dan agen wisata. • Dorong usaha lokal seperti kuliner dan cendera mata khas desa. • Manfaatkan peluang pendanaan dari pemerintah, CSR, atau hibah untuk pengembangan fasilitas. 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bangun sarana dasar dengan dukungan pendanaan desa atau mitra. • Latih warga jadi pelaku wisata yang siap dan profesional. • Kembangkan paket kunjungan yang menyatu dengan budaya lokal. • Maksimalkan promosi digital tanpa biaya besar. • Tetapkan sistem tiket sebagai langkah awal pengelolaan mandiri.

Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dengan lokasi wisata lain yang menawarkan konsep serupa. • Potensi bencana seperti longsor atau banjir yang dapat mengganggu kunjungan. • Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah bisa memengaruhi pengelolaan. • Kurangnya kesadaran wisatawan terhadap kebersihan dan pelestarian. • Risiko kunjungan berlebih yang bisa melebihi kapasitas daya dukung lokasi. • Ketidakstabilan ekonomi dapat menurunkan minat kunjungan wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perkuat citra Kedung Mansur sebagai wisata khas dan berkarakter. • Siapkan prosedur keselamatan serta respons bencana di lokasi. • Tanamkan nilai peduli lingkungan kepada setiap pengunjung. • Atur jumlah wisatawan agar tidak merusak lingkungan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirikan kelompok pengelola lokal untuk kelola wisata lebih profesional. • Siapkan langkah antisipasi menghadapi bencana atau kebijakan baru. • Tingkatkan kesadaran pelestarian lewat sosialisasi rutin. • Atur sistem hasil agar warga ikut merasa memiliki dan bertanggung jawab.

Berdasarkan analisis yang dilakukan beberapa strategi untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang adalah:

Kawasan wisata Kedung Mansur yang terletak di Desa Jatisari memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi unggulan berbasis alam. Melalui pendekatan analisis SWOT, dapat dikenali berbagai aspek internal dan eksternal yang memengaruhi arah pengembangan wisata ini.

- Dari aspek kekuatan (*Strengths*), kawasan ini memiliki sumber daya alam yang menonjol, seperti air terjun, kolam alami, serta bentang alam yang masih terjaga keasriannya. Kemudahan aksesibilitas dan keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam mendukung pariwisata turut menjadi modal penting dalam pembangunan berbasis komunitas. Keunggulan lainnya adalah potensi lokasi ini untuk dijadikan wahana edukatif serta sarana konservasi lingkungan.
- Kelemahan (*Weaknesses*) yang menjadi tantangan internal. Fasilitas umum seperti tempat parkir, kamar kecil, dan area istirahat belum tersedia secara memadai. Upaya promosi destinasi pun masih sangat terbatas dan belum dilakukan secara digital maupun sistematis. Selain itu, belum terbentuknya paket wisata terintegrasi serta kurangnya tenaga lokal yang memiliki keahlian dalam pengelolaan pariwisata menjadi faktor penghambat kemajuan.

- Peluang (*Opportunities*) yang cukup besar. Minat wisatawan terhadap ekowisata dan wisata berbasis alam semakin meningkat. Terdapat pula dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah desa, dinas pariwisata, serta potensi bantuan pendanaan dari CSR, dana desa, hingga hibah pariwisata. Kolaborasi dengan komunitas kreatif serta pemanfaatan media sosial menjadi alternatif strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- Ancaman (*Threats*) yang perlu diantisipasi. Di antaranya adalah persaingan dengan destinasi lain yang memiliki konsep serupa, potensi bencana alam yang dapat mengganggu aktivitas wisata, serta risiko kebijakan yang berubah-ubah. Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga lingkungan dan kemungkinan kelebihan kapasitas kunjungan juga bisa berdampak negatif apabila tidak diatur dengan baik.

Berdasarkan hasil pemetaan SWOT tersebut, beberapa strategi dikembangkan.

- Strategi S-O difokuskan pada pemanfaatan kekuatan alam dan keterlibatan masyarakat dalam mendukung promosi digital, pengembangan wisata berbasis edukasi, serta kerja sama dengan pihak eksternal.
- Strategi W-O diarahkan untuk menanggulangi kelemahan melalui penyediaan infrastruktur, peningkatan kapasitas SDM, dan penyusunan paket wisata terpadu.
- Strategi S-T bertujuan menghadapi potensi gangguan eksternal dengan memperkuat identitas lokal, mengedukasi pengunjung, dan membatasi jumlah wisatawan. Sementara itu,
- strategi W-T dirancang untuk meminimalkan risiko kelemahan dan ancaman melalui pembentukan pengelolaan berbasis masyarakat, perencanaan mitigasi bencana, serta mekanisme distribusi manfaat yang berkeadilan.

Dengan pendekatan strategis tersebut, diharapkan wisata Kedung Mansur dapat tumbuh sebagai destinasi yang kompetitif, ramah lingkungan, dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Kedung Mansur sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat memiliki peluang besar, tetapi tetap memerlukan dukungan perencanaan yang matang. Keterlibatan masyarakat secara aktif, jika didukung dengan strategi yang efektif, dapat meningkatkan potensi wisata alam desa ini.

Meskipun terdapat tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur dan kurangnya kapasitas masyarakat, strategi yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat menjadi solusi konkret untuk mengatasi hambatan tersebut. Dengan pendekatan yang berbasis komunitas, Desa Jatisari tidak hanya berpotensi

menjadi tujuan wisata unggulan, tetapi juga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis potensi, peluang, kendala, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Jatisari, terutama di kawasan Kedung Mansur. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik meliputi hal-hal berikut:

Peluang untuk pengembangan Kedung Mansur memiliki daya tarik wisata yang unik, termasuk panorama air terjun yang masih alami dan kondisi lingkungan yang asri. Hal ini memberikan potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi ekowisata. Selain itu, semangat masyarakat setempat untuk berkontribusi dalam pengelolaan wisata menjadi modal berharga bagi implementasi konsep pariwisata berbasis komunitas. Lokasi Desa Jatisari yang strategis, dengan akses yang tidak terlalu jauh dari kota besar, menjadi keuntungan tambahan dalam menarik wisatawan domestik.

Hambatan yang dihadapi Pengelolaan Kedung Mansur menghadapi sejumlah tantangan, seperti kondisi infrastruktur yang belum memadai, mencakup jalan akses dan fasilitas penunjang wisata yang terbatas. Selain itu, keterampilan masyarakat dalam mengelola pariwisata masih terbatas, sehingga diperlukan upaya peningkatan kapasitas. Promosi destinasi wisata juga belum dilakukan secara optimal, yang mengakibatkan Kedung Mansur belum dikenal secara luas.

Pendekatan strategis Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup peningkatan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak. Pendekatan ini bertujuan menciptakan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan, berbasis masyarakat, dan memberikan dampak positif bagi warga lokal.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

Bagi masyarakat Desa Jatisari Masyarakat perlu meningkatkan pemahaman tentang pengelolaan wisata melalui pelatihan dan pendampingan, khususnya dalam pelayanan wisata, pengelolaan fasilitas, dan pemasaran produk local, Pembentukan kelompok kerja berbasis masyarakat dapat membantu menciptakan sistem pengelolaan wisata yang lebih terorganisir dan berkelanjutan, Masyarakat juga perlu memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha berbasis wisata, seperti penyediaan makanan khas, kerajinan tangan, atau jasa pemanduan.

Bagi Pemerintah Daerah Pemerintah daerah disarankan untuk meningkatkan perhatian pada pembangunan infrastruktur penunjang pariwisata di Kedung Mansur, termasuk perbaikan jalan, penyediaan fasilitas umum, dan pengelolaan sampah, Perlu

adanya program pendampingan masyarakat dalam bentuk pelatihan, penyuluhan, atau *workshop* yang berfokus pada pengelolaan destinasi wisata, Promosi destinasi wisata perlu ditingkatkan melalui kampanye terpadu yang melibatkan media sosial, brosur wisata, serta kolaborasi dengan operator wisata.

Bagi Penelitian Selanjutnya Studi lebih lanjut dapat mengkaji penerapan pariwisata berbasis masyarakat di desa lain untuk memperluas pemahaman tentang efektivitas model ini, Penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, Analisis lebih mendalam tentang peran teknologi dalam mempromosikan destinasi wisata pedesaan juga dapat menjadi topik menarik untuk penelitian di masa depan.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang strategi pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat yang dapat diterapkan di Desa Jatisari. Jika strategi yang dirancang dapat diimplementasikan dengan baik, Kedung Mansur berpotensi menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat langsung kepada masyarakat lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, J., Shaari, N., & Shahira, N. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention : A Preliminary Study Shaari & Arifin. *International Review of Business Research Papers*, 6(4).
- Afnan, M. K., & Saidufin, S. (2021). Determinants of Muslim Decisions in Buying Fast Food In Salatiga. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.14>
- Agus Sriyanto, Aris Wahyu Kuncoro, Agus Sarsito, & Kartini Istikomah. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1).
- Ahmad Hamdani, Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli produk kentucky fried chicken (KFC). *Al-Buhuts*, 17(2). <https://doi.org/10.30603/ab.v17i2.2305>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology and Health* (Vol. 26, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Arifin, Z., & Rizaldy, M. (2023). Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Sarjanawiyata Tamansiswa Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 168–184. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.5916>
- Astuti, A. (2022). *Efektivitas Sertifikasi Halal Gratis Badan Penyelenggara Produk*

Jaminan Halal pada Pelaku Usaha Mikro Kecil di Samarinda. Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda.

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik Pengolahan Data SPSS*. Andi Offset.
- Buananda, M. F., & Ariyanti, M. (2018). Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen di Jakarta (Studi Kasus pada Paket TAU 4G Telkomsel). *E-Proceeding of Management*, 5(3).
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1192>
- Chen, Y., & Riordan, M. H. (2013). Profitability of product bundling. *International Economic Review*, 54(1). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2354.2012.00725.x>
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bina Buana Semesta. *JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1), 21. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Fathoni, M. A., Faizi, & Sari, R. (2023). Determinasi Pembelian Makanan Halal Melalui Platform Digital: Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 45–54.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Handayani, N., & Hidayat, F. (2019). HUBUNGAN KEMANDIRIAN TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA MATA PELAJARAN MATEMATIKA DI KELAS X SMK KOTA CIMAHI. *Journal On Education*, 1(2).
- Haryati, T., Wahid, J., & Prodi. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya). *Sketsa Bisnis*, 5(2).
- Hudayana, F. N. (2023). *Pengaruh persepsi sertifikasi halal, harga dan influencer review produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik Somethinc bagi mahasiswa UIN Walisongo*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ipan Hilmawan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Rekaman : Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 154–166. <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/21>
- Kamaluddin, K., & Muhajirin, M. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT

BELI KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(3).

Kotler, P., & Lee, N. (2011). Social marketing: influencing behaviors for good. Global trends and success stories. In *Choice Reviews Online* (Vol. 45, Issue 10).

Mardiyono, F., & Digidowiseiso, K. (2023). Effect of Product Quality, Promotion and Personal Selling on Purchase Decisions Through Intention to Buy Amazink Ink Consumers in Cirebon City. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(2), 481–506. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v4i2.2989>

Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Remaja Rosdakarya.

Partini, S. T. (2022). Bulletin of Management and Business. *Bulletin of Management and Business*, 3(1).

Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1). <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1). <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *Iqtishaduna*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

Putri, A. A., & Wibowo, S. (2017). Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Bee Outbound Bogor). *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2).

Rahman, A., Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, F., & Kata Kunci, A. (2020). Model pola konsumsi mahasiswa dilihat dari literasi keuangan Student consumption pattern model seen from financial literation. *Forum Ekonomi*, 22(2), 165–176. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>

Rahmat, A. F., Dedy Ansari Harahap, & Nindya Saraswati. (2023). Pengaruh Advertising, Brand Ambassador dan Product Bundling terhadap Purchase Decision pada Produk Scarlett Whitening. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.8010>

Rizqi, Z. U. (2019). Implementation of association rule-market basket analysis in determining product bundling strategy: Case study of retail businesses in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.

Sadewa, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Haus! Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business &*

Organization, 4, 1–8. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.269>

- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (2022). IMPLEMENTASI JAMINAN PRODUK HALAL MELALUI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN UMKM DI KABUPATEN SAMPANG. *Qawwam : The Leader's Writing*, 3(1).
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(4). <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>
- Saputri, O. B., & Huda, N. (2020). PENGARUH INFORMASI COVID-19 MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.30829/hf.v7i2.7213>
- Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. In M. A. Kalijaga (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Tahliani, H. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(1).
- Tamara, A. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). In *Skripsi*.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7711>
- Ulfa, R. (2019). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Pendidikan Dan Keilaman*.
- Wibasuri, A., Tamara, T., & Adi Sukma, Y. (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada

Aplikasi Online Shopee. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian.*

- Widyaningrum, P. W. (2018). Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merek, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Malang. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.25273/capital.v1i2.2318>
- Widyawati, S., Putri, H. R., & Oktarina, V. D. (2022). MANAGEMENT CASE OF POST PHAKIC INTRAOCULAR LENS IMPLANT IN HIGH MYOPIA WITH COMPLICATED CATARACT AFTER VITRECTOMY: POST SURGERY CHALLENGES. *International Journal of Retina*, 5(2). <https://doi.org/10.35479/ijretina.2022.vol005.iss002.196>
- Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1). <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.866>
- Witarsana, I. G. A. G., Pramana, I. D. P. H., Prabawati, N. P. D., Puja, I. B. P., & Pinatih, I. M. D. P. (2022). Pengaruh Sales Promosi dengan Price Bundling terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 di Bali. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 6(2), 89–109. <https://doi.org/10.32487/jshp.v6i2.1445>
- Yunianto, D. (2021). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. *Forum Ekonomi*, 23(4), 688–699. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10233>