

## STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CURUG JENGGALA BERBASIS

### *COMMUNITY BASED TOURISM DI MASA PANDEMI COVID-19*

Ratna Ayu Diastari, Ratna Dewi, Edy Suyanto

Program Studi S1 Sosiologi FISIP Unsoed

ratnaayudiastari@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengelola wisata dalam melakukan pengembangan objek wisata Curug Jenggala, hambatan dan solusi dalam melakukan pengembangan objek wisata Curug Jenggala. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif. Informan ditentukan dengan teknik purposive sampling, yang terpilih adalah pengelola objek wisata Curug Jenggala. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis data Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Curug Jenggala merupakan objek wisata berbasis Community Based Tourism yang menempatkan masyarakat lokal sebagai subjek utama dalam melakukan pengembangan wisata. Keberadaan objek wisata Curug Jenggala mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dengan terbukanya lapangan pekerjaan. Strategi yang diterapkan pengelola objek wisata Curug Jenggala sesuai dengan konsep manajemen strategi Karhi, yaitu pertama pembuatan, penerapan, dan evaluasi strategi. Kedua promosi, riset dan pengembangan setelah riset. Hambatan utama yang dialami oleh pengelola objek wisata adalah terkait keuangan, oleh sebab itu perhatian lebih dari pihak luar (pemerintah dan investor) menjadi penting dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala.

**Kata kunci:** Curug Jenggala, Pengelola objek wisata, Community Based Tourism.

#### **ABSTRACT**

*This study aims to describe the strategy of tourism managers in developing the Curug Jenggala tourist attraction, obstacles and solutions in developing the Curug Jenggala tourist attraction. The research was conducted using qualitative methods. Informants were determined by purposive sampling technique; the chosen one was the Jenggala Curug tourist attraction manager. Research data was collected through interviews, observation, and documentation. The data analysis technique uses the Miles and Huberman data analysis model. The study results show that Curug Jenggala is a community-based tourism object that places the local community as the main subject in tourism development. The existence of the Jenggala Curug tourist attraction can improve the welfare of local communities by opening up jobs. The strategy implemented by the Jenggala Curug tourist attraction manager follows the concept of Karhi's strategic management. The first is the creation, implementation and evaluation of strategies—the second is promotion, research and development after research. The main obstacle experienced by tourism object managers is related to finance. Therefore more attention from outsiders (government and investors) is essential in developing the Curug Jenggala tourist attraction.*

**Keywords:** Jenggala Waterfall, Tourist attraction manager, Community Based Tourism

## **1. PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri besar di dunia, dan telah menjadi andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Pariwisata di Indonesia mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia yaitu, sebagai sumber devisa negara di samping sektor migas, menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa, dan sektor pariwisata di Indonesia dianggap sebagai sektor padat karya yang mampu menjadi solusi dari segala aspek yang menjadi permasalahan di dalam masyarakat (Novaria & Rohimah, 2017). Oleh sebab itu pengembangan pariwisata

menjadi hal yang perlu dipertimbangkan secara logis dan realistis. Pengembangan pariwisata memiliki manfaat yang besar bagi perkembangan wilayah di sekitar objek wisata, salah satunya dapat meningkatkan perekonomian melalui banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia. Oleh sebab itu, daerah yang memiliki potensi di sektor pariwisata, seharusnya dapat menjadikan pariwisata yang ada sebagai batu loncatan untuk mengembangkan daerah tersebut.

Pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism (CBT) merupakan suatu pendekatan pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat setempat / lokal dalam hal pengelolaan wisata. Pada model pengembangan pariwisata berbasis Community Based Tourism ini masyarakat lokal secara langsung dapat mengelola dan mengembangkan daerah objek wisata dengan harapan pariwisata yang ada bisa menjadi lahan yang mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Community Based Tourism menjadi sebuah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan prinsip penggunaan sumber daya berkelanjutan, dan menjunjung tinggi kepentingan bersama. Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui Community Based Tourism pada kenyataannya tetap dapat dilaksanakan pada segala kondisi, termasuk saat terjadi pandemi / wabah penyakit, seperti pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020.

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat luar biasa bagi dunia, karena hampir seluruh sendi kehidupan mengalami kelumpuhan, termasuk bagi Indonesia. Demi menekan angka penyebaran Covid-19 dan percepatan penanganan Covid-19, Pemerintah mengambil langkah dengan mengeluarkan banyak kebijakan - kebijakan, salah satunya adalah kebijakan pembatasan sosial. Kebijakan pembatasan sosial yang ditetapkan oleh Pemerintah memberikan banyak dampak di berbagai sektor kehidupan. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang terdampak dengan adanya kebijakan pembatasan sosial. Data WTTC tahun 2020 menyebutkan bahwa di masa pandemi Covid-19 diperkirakan 75 juta lapangan pekerjaan pada sektor pariwisata mengalami guncangan, dan industri pariwisata beresiko kehilangan omsetnya lebih dari 2,1 triliun US dollar (Utami & Kafabih, 2021). Dampak dari adanya kebijakan pembatasan sosial melalui diterapkannya penutupan objek wisata Curug Jenggala dan pembatasan kunjungan wisata juga dirasakan oleh masyarakat lokal Dusun Kalipagu, Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas.

Berdasarkan pengalaman observasi penulis pada masa pandemi Covid-19 banyak objek wisata yang “mangkrak” tidak terurus karena ditutup, namun hal ini berbeda dengan Curug Jenggala, walaupun objek wisata Curug Jenggala sempat ditutup dan dibatasi jumlah kunjungan wisatawannya, yang berdampak pada penurunan pendapatan objek wisata dan pendapatan pengelola. Namun kondisi objek wisata Curug Jenggala masih sangat terjaga kebersihannya dan pengelola Curug Jenggala justru terus melakukan pengembangan kawasan objek wisata tersebut. Curug Jenggala merupakan objek wisata alam di Dusun Kalipagu, Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Objek wisata Curug Jenggala dikelola secara swadaya oleh masyarakat lokal, sehingga menjadikan Curug Jenggala menjadi salah satu objek wisata berbasis masyarakat atau yang lebih dikenal dengan Community Based Tourism. Tiket masuk ke objek wisata Curug Jenggala terjangkau yakni sebesar Rp 10.000,-/orang. Fasilitas di Curug Jenggala untuk mendukung aktivitas wisata alam seperti toilet, jalur pendakian, taman, gazebo, spot selfie, kantin atau warung, dan mushola. Pengembangan objek wisata terus dilakukan oleh pengelola wisata Curug Jenggala saat pandemi Covid- 19.

Penelitian Purnadi (2019) menunjukkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan objek wisata hiu paus berbasis masyarakat (community based tourism) antara lain, dalam tahap perencanaan melalui kegiatan diskusi, dalam tahap pelaksanaan, melalui kegiatan pengelolaan daerah wisata, dan selanjutnya dalam tahap pengambilan manfaat. Masyarakat desa Labuhan Jambu benar-benar merasakan manfaat adanya objek wisata Hiu Paus dari sektor ekonomi, sosial dan budaya. Hal tersebut membuktikan bahwa konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism) telah menunjukkan derajat keberhasilan karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui peningkatan pendapatan dan menjadikan masyarakat sadar akan pentingnya menjaga, merawat dan melestarikan lingkungan. Namun, penelitian tersebut dilaksanakan sebelum masa pandemi. Artinya, belum ada kebijakan pembatasan sosial, sehingga tidak ada penerapan kebijakan penutupan objek wisata dan pembatasan jumlah kunjungan wisata. Hal ini berbeda dengan kondisi saat ini pandemi Covid-19 adanya kebijakan pembatasan sosial dengan penutupan objek wisata, dan pembatasan jumlah kunjungan wisata, berakibat pada penurunan pendapatan objek wisata dan pendapatan masyarakat lokal. Oleh sebab itu,

penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan secara lebih mendalam mengenai strategi pengembangan objek wisata pada masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis memfokuskan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Curug Jenggala Berbasis *Community Based Tourism* di Masa Pandemi Covid-19” dengan mengedepankan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, sehingga sektor pariwisata yang ada diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan untuk kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata secara merata dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilaksanakan untuk mengetahui strategi dan hambatan dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala berbasis *Community Based Tourism* di masapandemi Covid-19.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui, menjelaskan dan mendiskripsikan strategi pengelola wisata dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala berbasis *Community Based Tourism* di masa pandemi Covid-19, faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam menjalankan pengembangan wisata, serta solusi untuk mengatasi hambatan. Sesuai dengan tujuan penelitian maka, secara purposive sasaran utama yaitu Kepala LMDH Gempita, Bendahara LMDH Gempita, dan dua orang POKJA wisata Curug Jenggala. Sasaran pendukung meliputi Kepala Dusun Kalipagu, Kepala Desa Ketenger, penyedia jasa ojeg, dan pelaku usaha warung makanan di objek wisata Curug Jenggala. Penelitian dilaksanakan di Dusun Kalipagu, Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.

Data penelitian dikumpulkan melalui tiga cara yakni, Pertama wawancara untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala sebagai salah satu objek wisata yang menerapkan konsep *community based tourism*, serta mengetahui hambatan dan solusinya dalam melakukan pengembangan. Kedua observasi dengan mengunjungi objek wisata Curug Jenggala secara langsung untuk mengamati kondisi objek wisata Curug Jenggala secara langsung. Ketiga dokumentasi diantaranya seperti arsip- arsip dokumen yang berkaitan dengan objek wisata Curug Jenggala, foto- foto objek wisata Curug Jenggala, dan termasuk juga buku- buku terkait objek wisata.

Sumber data Pertama data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sasaran penelitian berupa hasil wawancara. Kedua data sekunder, merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dan berguna untuk melengkapi data primer, dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah berupa dokumen yang berasal dari pemerintah Dusun Kalipagu Desa Ketenger Kecamatan Baturraden, pengelola objek wisata Curug Jenggala, serta dokumentasi objek wisata Curug Jenggala. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan model analisis data Miles dan Huberman, yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data, verifikasi data dan menarik kesimpulan.

### **3. HASIL PEMBAHASAN**

#### **3.1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Curug Jenggala merupakan salah satu objek wisata alam yang memiliki aliran air setinggi 30 meter dari permukaan tanah. Aliran air dari Curug Jenggala masih sangat bersih dan jernih yang berasal dari pertemuan dua sungai yaitu, Sungai Banjaran dan Sungai Mertelu. Curug Jenggala ini memiliki tiga aliran air terjun yang berjejer melebar sehingga menjadi pembeda dengan curug–curug lain, selain itu spot foto dengan bentuk simbol hati juga menjadi ciri khas dari objek wisata Curug Jenggala. Selfie deck love yang ada di Curug Jenggala tersebut memiliki filosofi yaitu sebagai simbol untuk saling menyayangi, mencintai, dan juga saling menjaga baik kepada sesama pengunjung maupun kepada alam (Wati C. A., 2018 ).

Objek wisata Curug Jenggala menyediakan fasilitas seperti spot foto, toilet, taman, gazebo, area camping, mushola, tempat parkir, dan warung penyedia makanan dan minuman. Untuk memasuki objek wisata Curug Jenggala pengunjung dikenakan biaya tiket masuk sebesar Rp 10.000,-/ orang dan biaya parkir kendaraan Rp 2.000,- untuk kendaraan roda dua, dan Rp 4.000,- untuk kendaraan roda empat. Rute agar bisa sampai ke Curug Jenggala, dari arah Kota Purwokerto langsung menuju ke arah Baturraden, sebelum terminal Baturraden di kiri jalan ada pertigaan yang akan mengarah ke Curug Bayan. Di sebelah kiri objek wisata Curug Bayan ada jalan menuju ke arah Dusun Kalipagu, ikuti jalan tersebut hingga ujung Dusun Kalipagu. Setelah sampai di ujung Dusun Kalipagu, agar dapat mencapai objek wisata Curug Jenggala, pengunjung harus berjalan kaki sejauh 2 km atau 20- 30 menit, dengan

jalan sempit dan medan yang curam. Selain itu pengunjung juga dapat menggunakan jasa ojek yang dikelola oleh penduduk sekitar dengan ongkos Rp 15.000,- sekali jalan.

### **3.2. Pengembangan Pariwisata Berbasis Community Based Tourism di Objek Wisata Curug Jenggala**

Drake (1991) dalam Purnadi (2019) menyebutkan bahwa masyarakat lokal merupakan komponen utama dari prinsip pengembangan pariwisata berbasis *Community Based Tourism*. Berikut ini adalah pembahasan terkait keikutsertaan masyarakat Dusun Kalipagu dalam tiga tahap utama pengembangan wisata berbasis *Community Based Tourism*:

#### **1. Partisipasi Masyarakat dalam Tahap Perencanaan**

Tahap perencanaan merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum adanya pelaksanaan pembangunan. Tahap perencanaan ini dilakukan melalui pertemuan rutin setiap satu bulan sekali. Pertemuan tersebut sebagai wadah diskusi antara LMDH dengan pengelolaan objek wisata atau yang sering disebut dengan POKJA (kelompok kerja) untuk membahas tahapan yang akan dilaksanakan dalam pembangunan. Rencana pengembangan terkait pembangunan penginapan, tempat makan, tempat parkir di lahan suksara desa, dan spot selfie di lokasi objek wisata Curug Jenggala.

#### **2. Partisipasi Masyarakat Setempat dalam Tahap Implementasi**

Masyarakat Dusun Kalipagu yang tergabung dalam POKJA wisata dalam tahap implementasi aktif berpartisipasi pada pelaksanaan program pengembangan, pembangunan, pengelolaan objek wisata, dan usaha yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata, seperti yang disampaikan oleh Mas B:

“Iya ikut semua, totalnya ada 25 sama pengurus....” (Mas B, 29 Mei 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, ada 25 pengurus yang tergabung dalam POKJA wisata ikut serta dalam pengelolaan, pengembangan, dan pembangunan objek wisata Curug Jenggala dari tahun 2016 sampai tahun 2022 dengan berbagai fasilitas–fasilitas yang ada di sana seperti mushola, toilet, shelter/tempat duduk, tempat parkir, spot foto, warung, dan jasa ojek.

Pelaksanaan program pengembangan objek wisata Curug Jenggala juga turut dilaksanakan oleh masyarakat Dusun Kalipagu, hal ini seperti yang disampaikan oleh Mas D:

“Ada, untuk masyarakat keterlibatannya lingkup RT, kegiatan KSM sampah, rutinan biasanya sih setiap Jum’at bersihin jalan sama aliran sungai.” (Mas D, 29 Mei 2022)

Berdasarkan pernyataan, masyarakat Dusun Kalipagu yang tidak tergabung dalam POKJA juga turut melaksanakan program pengembangan objek wisata. Hal tersebut

dilakukan dengan cara Kegiatan Swadaya Masyarakat (KSM) pengelolaan sampah di sekitar objek wisata dan kerja bakti membersihkan jalan dan aliran sungai setiap hari Jum'at. Tahap implementasi juga berkaitan langsung dengan usaha-usaha yang berkaitan dengan objek wisata seperti usaha berdagang makanan dan minuman, penyedia lahan parkir, dan juga menyediakan jasa ojeg.

### 3. Partisipasi Masyarakat Setempat dalam Tahap Pemanfaatan Keuntungan

Tahap ketiga dalam kegiatan pengembangan pariwisata berbasis Community Based Tourism adalah tahap pemanfaatan keuntungan. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa adanya objek wisata Curug Jenggala membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar, seperti menjadi pengelola objek wisata, penyedia jasa ojeg, penyedia lahan tempat parkir, dan pedagang makanan minuman serta cinderamata.

### 3.3. Strategi Pengelola dalam Pengembangan Objek Wisata Curug Jenggala di Masa Pandemi Covid-19

Manajemen strategi biasanya diperlukan dalam menghadapi suatu situasi atau keadaan tertentu. Sebelum membahas lebih dalam terkait manajemen strategi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala dalam menghadapi pandemi Covid-19, terlebih dahulu harus memahami kondisi objek wisata Curug Jenggala di masa pandemi Covid-19. Mas D menyampaikan terkait dampak adanya pandemi Covid-19 pada objek wisata Curug Jenggala, sebagai berikut:

“Intinya dari awal covid sampai sekarang aja masih ada dampaknya, jadi sepi, ada penurunan profit kita.” (Mas D, 29 Mei 2022).

Berikut ini adalah data pengunjung objek wisata Curug Jenggala selama masa pandemi Covid-19 tahun 2022, sebagai berikut :

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Curug Jenggala bulan Januari - Juni Tahun 2018 dan 2022

| No | Bulan    | Tahun |       |
|----|----------|-------|-------|
|    |          | 2018  | 2022  |
| 1  | Januari  | 5.526 | 2.059 |
| 2  | Februari | 2.705 | 1.494 |
| 3  | Maret    | 2.453 | 1.472 |
| 4  | April    | 2.424 | 291   |

|        |      |        |       |
|--------|------|--------|-------|
| 5      | Mei  | 1.947  | 2.814 |
| 6      | Juni | 5.001  | 1.677 |
| Jumlah |      | 20.056 | 9.807 |

Sumber: Data peneliti diolah

Berdasarkan tabel di atas, terjadi penurunan jumlah pengunjung objek wisata Curug Jenggala di tahun 2022 pada saat pandemic Covid-19 dibandingkan dengan tahun 2018 sebelum ada pandemic Covid-19. Penurunan pengunjung tersebut berdampak pada uang kas pengembangan objek wisata Curug Jenggala yang menurun sehingga tidak ada pembangunan yang dilakukan pengelola objek wisata dimasa pandemi Covid-19. Amrita, dkk (2021) menyebutkan bahwa pandemi merupakan peristiwa yang berulang, artinya besar kemungkinan suatu saat nanti akan ada wabah pandemi lagi. Banyaknya dampak dari pandemi Covid-19 yang dirasakan pengelola objek wisata Curug Jenggala menjadikan pengelola sadar akan pentingnya membangun manajemen strategi yang baik untuk memulihkan sistem perekonomian yang bertumpu pada bidang pariwisata. Berikut ini manajemen strategi menurut Karhi (1997) dalam (Laili, 2019) yang telah dilakukan pengelola objek wisata Curug Jenggala dalam menghadapi pandemi Covid-19 meliputi tahapan sebagai berikut:

*Pertama*, Pembuatan strategi merupakan tahap pertama dalam manajemen strategi yang bermanfaat untuk mencapai tujuan dari suatu kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diketahui bahwa proses pembuatan strategi telah dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala, pertama terkait pengembangan tujuan jangka pendek, menengah dan panjang objek wisata. Tujuan jangka pendek yaitu melakukan perawatan fasilitas yang ada di objek wisata Curug Jenggala. Tujuan jangka menengah yaitu pergantian spot selfie setiap satu tahun sekali dengan tujuan agar pengunjung tidak merasa bosan. Adapun tujuan jangka panjang yaitu pembuatan tempat penginapan, tempat makan, dan lahan parkir. Serta membuat akses jalan baru menuju objek wisata Curug Jenggala.

Pada pembuatan strategi tahap kedua adalah identifikasi peluang dan ancaman. Pengelola objek wisata Curug Jenggala telah memahami adanya peluang dan ancaman dari objek wisata Curug Jenggala, yaitu seperti yang disampaikan oleh Mas B terkait ancaman yang mengancam objek wisata Curug Jenggala, sebagai berikut:

“Ada, contoh salah satu hal ancaman yang kita ga tau kan karena alam ya, bencana alam ya yang kita gatau lah, contoh banjir bandang terus diakibatkan longsor” (Mas B, 29 Mei 2022)

Mas D juga menyampaikan terkait ancaman yang mengancam objek wisata Curug Jenggala yaitu sebagai berikut:

“Kalau untuk ancamannya dulu sih malah palawi sendiri, dulu sempet mau diambil palawi ini. Dulu kan mau sempet itu intnya satu tiket dengan PT palawi Pancuran Pitu ....” (Wawancara dengan Mas D 29 Mei 2022)

Ancaman yang mengancam Objek wisata Curug Jenggala ada dua yaitu pertama ancaman dari alam yaitu seperti bencana alam tanah longsor, banjir, gunung meletus serta bencana alam lainnya yang dapat menimbulkan kerusakan di objek wisata Curug Jenggala. Kedua ancaman sosial terkait pengakuan kepemilikan objek wisata yang pernah terjadi di tahun 2018 ketika objek wisata Curug Jenggala diakui oleh PT. Palawi sehingga penjualan tiket harus menjadi satu dengan Pancuran Pitu, padahal setelah dilakukan pengukuran Curug Jenggala tidak masuk kedalam wilayah Pancuran Pitu.

Berdasarkan hasil observasi peluang pertama dari objek wisata curug Jenggala adalah tidak hanya menyajikan wisata alam saja, melainkan ada wisata religi dan sejarah. Wisata religinya berupa situs – situs yang dijadikan sebagai tempat peribadahan, dan wisata sejarah berupa pipa air peninggalan Belanda. Peluang kedua adalah terkait lokasi objek wisata Curug Jenggala yang terhubung langsung dengan objek wisata Pancuran Pitu, sehingga pengunjung objek wisata Curug Jenggala bisa langsung ke objek wisata Pancuran Pitu melewati jalan pintas dengan waktu tempuh lebih singkat.

Tahap ketiga dalam pembuatan strategi adalah identifikasi kekuatan dan kelemahan objek wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas D mengenai kelemahan objek wisata Curug Jenggala adalah sebagai berikut:

“Ya kalau kelemahannya sih dari kepengurusan, namanya kepengurusan kan engga mungkin aktif terus ya, baru dibentuk kan aktif, terus kalau kesini–sini kita gimana sih? Ya tetep goyah lah.” (Mas D, 29 Mei 2022).

Kelemahan dari objek wisata Curug Jenggala pertama adalah kepengurusan, saat pandemi Covid-19 dengan adanya kebijakan penutupan objek wisata, kepengurusan di Curug Jenggala mengalami penurunan karena banyak anggota dari POKJA wisata yang mencari pekerjaan lain untuk memenuhi kebutuhan dapur. Simorangkir, dkk (2020) minimnya tingkat

partisipasi masyarakat dalam kepengurusan objek wisata dipengaruhi oleh alasan dampak ekonomi, masyarakat lebih memilih bekerja secara mandiri dari pada bergabung dalam kepengurusan objek wisata yang dirasakan tidak memiliki dampak secara ekonomis. Hal ini seperti yang terjadi di objek wisata Curug Jenggala, minimnya penghasilan yang didapat membuat banyak pengelola objek wisata yang mencari pekerjaan lain. Mas K juga menyampaikan terkait kelemahan objek wisata Curug Jenggala sebagai berikut:

“... Akses jalan juga perlu itu penting mba, kebanyakan kan pengunjung ga sampai sini soalnya sudah cape duluan sih, terus kalau mau bawa motor sendiri takut di turunan yang itu....” (Mas K, 24 Maret 2022)

Kelemahan dari objek wisata Curug Jenggala kedua adalah terkait akses jalan menuju objek wisatanya yang masih kurang memadai. Dari tempat parkir mobil menuju lokasi objek wisata Curug Jenggala bila ditempuh dengan berjalan kaki membutuhkan waktu 20-30 menit, dan dapat juga menggunakan jasa ojeg namun medan yang dilewati curam dan sempit. Asjhari, dkk (2018) dalam konteks pariwisata, akses jalan berperan dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan untuk dapat mencapai berbagai objek dan pelayanan wisata. Namun di objek wisata Curug Jenggala akses jalan menuju objek wisata nilai kurang memadai, sehingga kurang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Curug Jenggala.

Kekuatan dari objek wisata Curug Jenggala adalah kealamiannya yang masih sangat terjaga, hal ini dibuktikan dengan bangunan-bangunan yang ada di lokasi objek wisata Curug Jenggala sebagian besar adalah bangunan semi permanen yang dibuat dengan memanfaatkan hasil hutan. Kebersihan, udara sejuk dan pemandangan yang indah juga menjadi nilai penting pada kekuatan dari objek wisata Curug Jenggala. Selain itu Mas B juga menyampaikan terkait kekuatan objek wisata Curug Jenggala, sebagai berikut:

“Energi alam...Iya, ya gini namanya suatu energi alam ini kan daya tarik menjadi suatu sugesti ya” (Mas B, 29 Mei 2022)

Berdasarkan pernyataan Mas B di atas, kekuatan dari objek wisata Curug Jenggala adalah energi alam dan budaya yang masih kuat sehingga menjadi daya tarik untuk berkunjung ke objek wisata Curug Jenggala. Kebudayaan di sana juga masih sangat terjaga, hal ini dapat dilihat dari keaktifan warga masyarakat Dusun Kalipagu dalam melestarikan budaya melalui kegiatan kebudayaan, seperti melaksanakan upacara adat Merti Bumi, pementasan kesenian Ebeg (kuda lumping), dan kegiatan-kegiatan kebudayaan lainnya di situs-situs yang ada di

Dusun Kalipagu. Wati C. Z. (2018) Curug Jenggala menyajikan unsur budaya yang selalu dilakukan oleh masyarakat sekitar dan beberapa pengunjung yaitu kegiatan meditasi pada setiap malam Kamis Legi atau Kamis Manis, budaya Padusan di Sendang Candra Kirana.

Kedua, Penerapan strategi merupakan tahap kedua dalam manajemen strategi yang menentukan tercapai tidaknya suatu tujuan kegiatan. Berikut ini adalah pembahasan hasil penelitian dan observasi terkait tahap penerapan strategi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala.

Pertama yaitu terkait sarana–sarana operasional tahunan, hal ini berkaitan erat dengan tujuan jangka menengah objek wisata Curug Jenggala, berdasarkan pernyataan Mas D menyebutkan bahwa akan ada pembaharuan spot *selfie* setiap tahunnya, hal ini dilakukan agar pengunjung tidak merasa bosan.

Kedua adalah terkait pembuatan kebijakan–kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Pengelola objek wisata Curug Jenggala membuat kebijakan–kebijakan baru terkait protokol kesehatan yang harus ditaati oleh pengunjung seperti cek suhu sebelum memasuki lokasi, himbuan untuk mencuci tangan, menjaga jarak, dan menggunakan masker, selain itu pengelola objek wisata Curug Jenggala juga taat pada kebijakan–kebijakan yang dibuat oleh pemerintah seperti lockdown, penutupan sementara lokasi objek wisata, dan juga pembatasan jumlah pengunjung.

Ketiga adalah terkait pengalokasian sumber daya, selama masa pandemi Covid-19 walaupun objek wisata Curug Jenggala ditutup dalam kurun waktu yang lama sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah, namun kondisi fisik objek wisata Curug Jenggala masih sangat terjaga kebersihannya. Pengelola berbagi tugas untuk membersihkan lokasi objek wisata Curug Jenggala dengan menerapkan jadwal piket. Pengelola objek wisata Curug Jenggala sebagai sumber daya manusia diatur sedemikian rupa sehingga mampu menjaga kebersihan lokasi objek wisata Curug Jenggala

*Terakhir*, Tahap ketiga dalam manajemen strategi yaitu evaluasi strategi. Laili (2019) kegiatan-kegiatan dalam proses evaluasi strategi yaitu, mencakup usaha–usaha untuk memastikan seluruh hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, mengukur kinerja individu dan organisasi, serta mengambil langkah–langkah perbaikan. Objek wisata Curug Jenggala dalam pengelolaannya ada proses evaluasi yang dilakukan oleh pihak Perhutani kepada Pengelola objek wisata Curug Jenggala, hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa

seluruh kegiatan, seluruh sarana dan prasarana yang dibuat sudah sesuai dengan ketentuan dan tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, setiap satu bulan sekali pengelola objek wisata Curug Jenggala juga mengadakan pertemuan untuk membahas evaluasi program yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala serta mengukur kinerja individu atau organisasi dalam melakukan pengembangan objek wisata Curug Jenggala.

Tahap evaluasi strategi juga dilakukan dengan langkah-langkah perbaikan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pengelola objek wisata Curug Jenggala secara rutin melakukan perawatan terhadap fasilitas yang ada, di lokasi objek wisata Curug Jenggala walaupun dalam masa pandemi Covid 19. Kegiatan perawatan yang dilakukan yaitu seperti mengecat ulang jembatan, membuat ulang gapura Jenggala, menata kembali tata ruangnya, serta perawatan - perawatan lainnya terhadap semua fasilitas yang ada di objek wisata Curug Jenggala.

### **3.4.Faktor Penghambat dan Solusi Pengembangan Objek Wisata Curug Jenggala**

Pengelola objek wisata Curug Jenggala dalam melaksanakan pengembangan, pengelolaan, dan pembangunan objek wisata Curug Jenggala juga mengalami hambatan terlebih dalam kondisi pandemi Covid-19. Hambatan yang dihadapi tidak hanya dari kondisi alamnya saja melainkan juga hambatan dalam hal sosial dan finansial. Berikut ini pembahasan hasil wawancara berkaitan dengan hambatan dan solusi yang dialami pada saat pengembangan pariwisata, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Hambatan dari dalam diri pengelola**

Hambatan pertama adalah dari dalam diri pengelola sendiri seperti rasa malas, dan lelah. Dari rasa malas dan lelah tersebut membuat pengelola wisata menjadi enggan untuk melakukan berbagai kegiatan di objek wisata Curug Jenggala. Masjhoer (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sebagian besar responden mengaku tidak mengikuti proses pengembangan wisata dikarenakan rasa malas dan lelah. Minimnya keaktifan pengelola objek wisata Curug Jenggala karena rasa malas dan lelah mengerjakan program kegiatan menjadi penghambat dalam pengembangan objek wisata.

#### **2. Kurangnya dukungan masyarakat dalam pengembangan objek wisata**

Hambatan yang kedua adalah kurangnya dukungan masyarakat dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala, ada beberapa masyarakat sekitar objek wisata Curug Jenggala

yang kurang mendukung kegiatan pengembangan pariwisata, hal ini dapat dilihat pada awal pengelola mengembangkan objek wisata Curug Jenggala ada beberapa warga masyarakat yang mencela. Mereka menganggap bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala adalah hal yang tidak mungkin dilakukan. Namun, seiring berjalannya waktu dengan kondisi objek wisata Curug Jenggala yang semakin memadai dan semakin ramai dikunjungi wisatawan menjadikan warga masyarakat yang sebelumnya mencela menjadi percaya bahwa yang berkunjung ke hutan tidak hanya babi hutan dan kera saja, dan percaya bahwa pengembangan objek wisata Curug Jenggala bukan merupakan hal yang mustahil untuk dilakukan.

### 3. Akses jalan yang sulit

Akses jalan yang sulit selain menjadikan objek wisata sepi, juga membuat kurang tertariknya investor untuk menanamkan modalnya di objek wisata Curug Jenggala. Akses jalan yang baik menjadi daya tarik tersendiri untuk orang melakukan perjalanan wisata, sebaliknya jika jalan ke pariwisatanya rusak dan atau dengan medan curam membuat orang enggan untuk melakukan perjalanan pariwisata. Akses jalan dari tempat parkir ke objek wisata Curug Jenggala cukup jauh, sempit, dan medannya curam. Pengelola objek wisata Curug Jenggala sebenarnya sudah membuat jalan alternatif yang nantinya akan menjadi jalan utama menuju objek wisata Curug Jenggala, sehingga jarak tempuh dari tempat parkir menjadi lebih singkat dan tidak melewati jalan dengan medan yang curam. Namun program pembuatan jalan alternatif terhenti karena ada pandemic Covid-19 yang menyita banyak anggaran desa. Sehingga pada saat masa pandemi Covid- 19 khususnya tahun 2019- 2022 tidak ada dana untuk melaksanakan pembangunan jalan (dana lapangan) karena sebagian besar dana yang ada dialihkan untuk menangani dampak pandemi Covid-19, sehingga alokasi dana desa untuk bidang lain menjadi tersingkirkan.

### 4. Kurangnya pemahaman para pengelola terhadap kebijakan yang diberikan dari pusat sehingga sering terjadi salah paham

Lokasi objek wisata Curug Jenggala yang masuk ke dalam wilayah Perhutani KPH Banyumas Timur, mengharuskan adanya campur tangan Perhutani dalam pengelolaan objek wisata Curug Jenggala. Artinya dalam pengembangan, pengelolaan, dan pembangunan objek wisata, pengelola Curug Jenggala harus berkoordinasi dengan Perhutani. Namun adanya kesenjangan sosial sering membuat kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh Perhutani

kurang dipahami oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala yang didominasi oleh masyarakat desa. Hambatan keempat dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala adalah terkait sering terjadinya salah paham antara pengelola objek wisata dengan Perhutani. Adanya kebijakan-kebijakan yang disampaikan dari pusat sering kurang dipahami oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala, hal ini karena bahasa pemerintah pusat yang sangat baku membuat pengelola objek wisata Curug Jenggala yang notabene orang pedesaan dengan latarbelakang tingkat pendidikan rendah menjadi sulit memahami intruksi-intruksi yang diberikan. Daud (2012) dalam Masjhoer (2018) bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat pendidikan dengan pemahaman atau partisipasi masyarakat. Artinya, semakin tinggi tingkat pendidikan semakin luas pemahamannya dalam memahami kebijakan-kebijakan yang diberikan Pemerintah Pusat.

#### 5. Masalah Finansial

Keuangan menjadi hal yang penting dalam proses pengembangan, pengelolaan, dan pembangunan objek wisata. Hambatan kelima yang dialami oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala masalah keuangan. Berdasarkan pernyataan pak Roto masalah finansial juga disebabkan karena proses bagi hasil antara pengelola dan perhutani sebesar 40 dan 60 dirasa kurang memuaskan. Perhutani menerima 40% bersih dari hasil penjualan tiket masuk pariwisata dan 60% nya untuk pengelola objek wisata, namun 60% tersebut tidak bersih harus dibagi lagi untuk bina lingkungan RT, RW, Desa, dan pengembangan. Pembagian tersebut membuat pendapatan yang diterima oleh pengelola objek wisata menjadi semakin sedikit. Oleh sebab itu kenaikan harga tiket masuk pernah dilakukan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala, hal ini dilakukan agar mencapai kestabilan pembagian keuangan hasil penjualan tiket di objek wisata Curug Jenggala. Namun, di masa pandemi Covid-19 walaupun harga tiketnya sudah dinaikan tetapi masih dinilai kurang, hal ini disebabkan karena penurunan kunjungan wisatawan di masa pandemi Covid-19.

#### 6. Terbatasnya sumber daya manusia

Hambatan yang keenam adalah kurangnya sumber daya manusia dalam proses pengembangan objek wisata Curug Jenggala. Hal ini kembali lagi pada aturan fleksibel yang diterapkan oleh pengelola objek wisata Curug Jenggala sehingga membuat pengelola di dalamnya bebas keluar masuk kepengurusan. Aturan tersebut menyebabkan dampak positif dan negatif, dampak positifnya pengelola objek wisata Cuurg Jenggala menjadi tidak

kekurangan finansial. Namun dampak negatifnya adalah pada objek wisata Curug Jenggala itu sendiri yang menjadi monoton tidak ada proses pembangunan lagi dari awal pandemi Covid-19 sampai saat ini. Selain itu kefleksibelan yang diterapkan juga menyebabkan beberapa pengelola menjadi kurang tanggung jawab, sehingga saat ini hanya tersisa beberapa orang saja yang masih aktif dalam kegiatan pengembangan objek wisata Curug Jenggala

#### 7. Minimnya fasilitas promosi yang memadai

Promosi menjadi hal penting dalam pariwisata, melalui promosi dapat menarik pengunjung untuk menyinggahi tempat wisata yang di promosikan. Berkaitan dengan hal itu untuk melakukan promosi objek wisata yang maksimal diperlukan pengelola objek wisata yang unggul dalam menggunakan media sosial dan ditunjang dengan alat-alat yang memadai. Mba M menyampaikan sebagai berikut:

“jaringan disini kan harus pakai sinyal sendiri. disini sinyalnya susah, ngga ada wifi. saya sendiri sama temen bisa gitu cuman ngga ada fasilitasnya ajah. Kalau mungkin ada kamera ada laptop kan mungkin saya bisa lah ya, cumaitu yang kurang ...” (Mba M, 19 Juni 2022)

Berdasarkan pernyataan di atas maka promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata masih sangat minim karena kurangnya fasilitas yang memadai untuk melakukan promosi. Hal ini juga dapat dilihat dari akun media sosial instagram objek wisata Curug Jenggala yang masih sangat minim followers yaitu hanya sebanyak 1.044 dan hanya terdapat 3 postingan saja, yaitu sebagai berikut :

Gambar 1 Akun media sosial objek wisata Curug Jenggala



Sumber: Data peneliti diolah

Pengadaan fasilitas promosi seperti jaringan wifi, kamera, dan laptop sudah pernah disampaikan oleh salah satu pengelola objek wisata Curug Jenggala namun sampai saat ini belum ada respon serius dari pihak terkait, hal ini disampaikan oleh Mba M sebagai berikut:

“...pernah cuman ngga terlalu di respon gitu lah..” (Mba M, 19 Juni 2022).

Banyaknya hambatan yang dihadapi pengelola dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala tentu saja harus segera di atasi. Hal yang paling utama ialah terkait finansial, jika finansalnya sudah cukup baik maka hal yang lain pun akan ikut membaik juga. Pemerintah Desa Ketenger tidak diperbolehkan ikut campur dalam proses pengembangan objek wisata di lokasi karena lahan objek wisata Curug Jenggala adalah lahan milik perhutani (bukan lahan desa) sehingga proses pengembangan objek wisata menjadi tanggung jawab pengelola objek wisata (LMDH Gempita) dan Perhutani. Adapun yang dilakukan pihak Desa adalah dengan melakukan pembangunan jalan desa yang nantinya menjadi jalan utama menuju objek wisata Curug Jenggala. Namun adanya pandemi Covid-19 menjadi penghambat dalam pembangunan jalan yang dilakukan oleh pihak desa, karena dana pengembangan lapangan di masa pandemi Covid-19 ini dialihkan untuk menjadi dana penanganan dampak Covid-19.

Terkait program pembangunan jalan menuju objek wisata Curug Jenggala akan dilaksanakan kembali di tahun 2023, hal ini disampaikan oleh Pak W, sebagai berikut:

“nantu dilihat dari APBD 2023. Untuk APBD sekarang 2022 mba nuwun sewu itu APBD 40% itu tidak boleh dilarutkan terus. Untuk penanganan covid 8% ya, penguatan ekonomi 20% dan bumdes itu kebagian 33%.. di dalam 33% itu ana guru ngaji guru TK, guru paud, dan untuk segala macem kebutuhan. Kemarin duitnya ngga ada untuk lapangan ya..” (Pak W, 20 Juni 2022)

Berdasarkan pernyataan Pak W tersebut, kegiatan pembangunan jalan desa yang dijadikan jalan utama menuju objek wisata Curug Jenggala akan dianggarkan lagi di tahun 2023. Harapannya dengan adanya akses jalan yang baik akan semakin menarik perhatian investor, pemerintah, dan pihak-pihak lainnya untuk menamkan modal dan memberikan dana bantuan untuk pengembangan objek wisata Curug Jenggala. Dengan lancarnya proses pengembangan objek wisata Curug Jenggala nantinya dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Curug Jenggala.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan, pada masa pandemi Covid-19 pengelola objek wisata Curug Jenggala membuat strategi untuk menghadapi situasi pandemi. Adapun strategi yang dibuat dengan menetapkan tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang objek wisata,

dengan mempertimbangkan berbagai peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan objek wisata Curug Jenggala. Strategi yang diterapkan di masa pandemi antara lain dengan membuat kebijakan baru yang harus ditaati pengunjung untuk mematuhi protokol kesehatan. Selain itu pengelola objek wisata juga rutin melakukan kegiatan piket untuk menjaga kebersihan, melakukan perbaikan dan perawatan fasilitas–fasilitas di lingkungan objek wisata. Strategi kegiatan promosi objek wisata dilakukan secara online dengan membuat official account media sosial Instagram dan Facebook yang berisi unggahan foto dan video terkait objek wisata Curug Jenggala.

Hambatan dari dalam diri pengelola, kurangnya dukungan masyarakat dalam pengembangan objek wisata, akses jalan yang sulit, kurangnya pemahaman para pengelola terhadap kebijakan yang diberikan dari pusat sehingga sering terjadi salah paham, masalah finansial, terbatasnya sumber daya manusia, dan minimnya fasilitas promosi yang memadai menjadi faktor penghambat pengembangan objek wisata Curug Jenggala. Finansial yang baik menjadi solusi utama untuk menghadapi berbagai hambatan yang dialami. Oleh sebab itu perhatian lebih dari pihak luar terutama pemerintah sangat diperlukan dalam pengembangan objek wisata Curug Jenggala.

## Daftar Pustaka

- Amrita, N. D., Handayani, M. M., & Erynayati, L. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium Vol.7 No.2*, 246-256.
- Asjhari, A., Sulasdi, W. N., & Kusumadewi, D. (2018). Pengembangan Infrastruktur Jaringan Jalan Dalam Mendukung Pengembangan Wisata budaya di Daerah Sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Studi Pembangunan SAPPK No. 1*, 1 - 20.
- Laili, R. N. (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Waduk Kalibening dan Dampak Ekonom Bagi Kesejahteraan Masyarakat Pajaran Saradan Madiun*. Tulungagung: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Masjhoer, J. M. (2018). Partisipasi Pelaku Usaha Pariwisata dalam Pengelolaan Sampah di Pantai Pulang Sawal, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan Vol.2 No.2*, 122 - 133.
- Novaria, R., & Rohimah, A. (2017, Oktober 20 - 21). Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dan Pemasaran Pariwisata Di Wonosalam Kabupaten Jombang. *Prosiding Seminar dan Call For Paper, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, pp. 91 - 101 .
- Purnadi. (2019). *Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Objek Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Study Wisata Hiu Paus Desa Labuhan Jambu Kecamatan Tarano Kabupaten Sumbawa Tahun 2018*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

- Simorangkir, Y. S., Therik, W., & Handayani, W. (2020). Kelemahan Dasar Pokdarwis Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Situs Manusia Purba Sangiran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Vol. 06, No. 02*, 164 - 183.
- Utami, B. S., & Kafabih, A. (2021, Januari 29). Sektor Pariwisata Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, pp. 383 - 389.
- Wati, C. A. (2018 ). Keindahan Curug Jengala Di Banyumas Jawa Tengah. *Domestic Case Study* , 1 - 4 .
- Wati, C. Z. (2018). Keindahan Curug Jengala di Banyumas Jawa Tengah. *Domestic Case Study*, 1-9.
- Widodo, S., Karnawati, T. A., & Alamsyah, A. R. (2021). Pengaruh Efisiensi Harga, Promosi Online dan Offlie Terhadap Minat Berkunjung di Jatim Park 3 Kota Batu pada Era New Normal. *Jurnal STIE Asia*, 48-56.