Community Development
Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam
https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/comdev
E-ISSN : **2985-6841**
Vol. 8 No. 2 Tahun 2024 | 93 – 120
DOI: 10.21043/cdjpmi.v8i2.28959

KOLABORASI PENTAHELIX WISATA JERATUN SELUNA (WJS) PERSPEKTIF PSIKOLOGI PELAYANAN DI DESA TEMULUS KABUPATEN KUDUS

Ahmad Kharis[1], Sya'ban Maghfur[2]

[1]UIN Salatiga, Salatiga
[2]UIN Salatiga, Salatiga
E-mail: [1)]ahmadkharis@uinsalatiga.ac.id, [2)]syabanmaghfur@uinsalatiga.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas kolaborasi Model Pentahelix dalam pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) di Desa Temulus, Kabupaten Kudus, dengan fokus pada aspek psikologi pelayanan. Walaupun WJS telah diluncurkan sebagai desa wisata, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya optimalisasi kerja sama antar pemangku kepentingan (pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media) serta keterbatasan fasilitas dan ornamen wisata, yang mempengaruhi kualitas dan daya tarik destinasi. Penelitian ini menganalisis peran masing-masing pihak dan menilai kualitas interaksi serta pelayanan dari perspektif psikologi pelayanan, termasuk pengaruh perilaku staf, keramahan, dan profesionalisme terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, melibatkan Kepala Desa dan aktor terkait lainnya. Analisis data dilakukan dengan penggalian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan, menggunakan triangulasi sumber dan teknik untuk uji keabsahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, meskipun aktor Pentahelix berperan signifikan, kolaborasi belum optimal, dan pengembangan fasilitas masih terbatas. Penelitian ini merekomendasikan perbaikan sinergi antar pemangku kepentingan serta peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk memperbaiki daya tarik dan keberlanjutan WJS.
Kata Kunci: Model Pentahelix; Psikologi Pelayanan; Pengembangan Wisata.

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of the Pentahelix Model collaboration in developing Wisata Jeratun Seluna (WJS) in Desa Temulus, Kudus Regency, with a focus on service psychology aspects. Although WJS has been launched as a tourism village, the main challenges include suboptimal cooperation among stakeholders (government, academia, business, community, and media) and limitations in facilities and tourist ornaments, which affect the quality and appeal of the destination. This research analyzes the roles of each party and assesses the quality of interaction and service from a service psychology perspective, including the impact of staff behavior, friendliness, and professionalism on visitor satisfaction. The study is descriptive-qualitative,

collecting data through interviews, observations, and documentation, involving the Village Head and other relevant actors. Data analysis involves data mining, data reduction, and drawing conclusions, with validity testing using source and technique triangulation. The results indicate that while Pentahelix actors play a significant role, collaboration is not yet optimal, and facility development remains limited. The study recommends improvements in stakeholder synergy and enhancements in service quality and facilities to boost WJS's appeal and sustainability.
Kata Kunci: Pentahelix Model; Psychology Services; Tourism Development.

PENDAHULUAN

Saat ini, pengelolaan WJS menghadapi tantangan dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan berkesan, akibat kurangnya sinergi antar pemangku kepentingan dan rendahnya fokus pada aspek psikologis pelayanan, seperti empati, kecepatan respons, dan kenyamanan pengunjung. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana kolaborasi pentahelix dapat menciptakan layanan wisata yang lebih humanis, meningkatkan daya tarik WJS, serta mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Kudus. Seluruh pariwisata terhubung dengan organisasi dan operasi yang mencakup objek wisata, atraksi, usaha pariwisata, layanan pariwisata, dan bisnis terkait lainnya (Candranegara et al., 2019). Pariwisata ada dalam Undang-Undang No. 10 tahun 2009 yang menyatakan bahwa wisata artinya aktivitas perjalanan yang dilaksanakan oleh seorang ataupun kelompok orang dengan mengunjungi suatu tempat-daerah tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan langsung atau belajar objek wisata yang dikunjungi pada periode ad interim.Meski Kabupaten Kudus memiliki sedikit zona wisata dan kurang populer, tetap menarik perhatian wisatawan lokal untuk berwisata dan memenuhi kebutuhan hiburan.

Berdasarkan data ~~statistik~~ pariwisata Jawa Tengah dalam angka menjelaskan jumlah wisata alam hanya ada 5 area, desa wisata ada 10 buah, wisata budaya ada 18 dan wisata buatan ada 6 area. Total jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2020 sebesar 426.261 jiwa (Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2020). Penelitian ini menyoroti kuantitas wisata alam paling sedikit daripada jenis daya tarik wisata lainnya. Maka Desa Temulus berupaya menghadirkan sajian wisata alam dengan memanfaatkan potensi sungai. Hadirnya spot wisata di titik desa ini akan mampu meningkatkan pendapatan asli desa (PADes) secara simultan ke Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Kudus. Untuk menciptakan kawasan wisata yang memadai akan kunjungan wisatawan perlu strategi komprehensif.

Salah satu seni manajemen yang telah direncanakan pemerintah pada pengembangan pariwisata melalui penggunaan kerja sama contoh Model Pentahelix. Model ini kali pertama dicanangkan oleh Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya yang termaktub dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia nomor 14 Tahun 2016 tentang pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Untuk

membentuk orkestrasi serta memastikan kualitas kegiatan, fasilitas, pelayanan, dan buat membangun pengalaman serta nilai manfaat kepariwisataan supaya menghasilkan laba dan manfaat untuk rakyat serta lingkungan, maka dibutuhkan pendorong sistem kepariwisataan melalui peningkatan secara optimal kiprah pebisnis, komunitas, akademisi, media, dan pemerintah.

Pada konferensi Kota Kreatif Indonesia 2015 di Solo, disepakati bahwa kunci pengembangan Kota Kreatif adalah keterlibatan lintas tokoh untuk merancang peran dan tugas secara kolaboratif. Prinsip ini mendukung pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) melalui sinergi antar tokoh dan jejaring kolektif, sehingga semakin banyak lembaga terlibat. Hal ini akan lebih menekankan sinergitas antar tokoh dalam pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) lebih kooperatif membentuk jejaring kolektif sehingga akan semakin banyak peranan lembaga.

Penyelenggaraan desa wisata bulan Januari 2020 diresmikan Wisata Jeratun Seluna (WJS) sebagai embrio wisata pertama kali di Desa Temulus (Beta TV, 2020). Namun pemenuhan 24 indikator desa wisata harus dipenuhi sinkron Peraturan Daerah Jawa Tengah No 2/2019 ihwal Pemberdayaan Desa Wisata mulai infrastruktur, homestay, kelembagaan, jejaring dan lainnya. Sebagai upaya pemenuhan indikator desa wisata perlu upaya kolaborasi dari beragam pemangku kepentingan. Masalah penting yang membuat penelitian ini perlu dilaksanakan ialah kerja sama antar tokoh yang terlibat pada pengembangan pariwisata di Desa Temulus belum maksimal. Desa wisata ini hanya menyajikan susur sungai dan ornamen *spot-selfie* dan belum ke termin pengembangan lanjutan. Hal inilah yang melandasi dilema utama pengembangan desa wisata akan terus berjalan seiring kebermaknaan multi dampak terhadap kesejahteraan warga dan negara.

Sejauh ini konsep desa wisata yang diusung Desa Temulus hanya sebatas sebagian kecil pendayagunaan sumber daya alam, maka perlu pengkajian lebih mendalam berkaitan penyediaan ornamen, peningkatan mutu penyelenggara serta *grand design* pariwisata berskala nasional sesuai indikator desa wisata oleh pemangku kebijakan wilayah. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini menjelaskan kolaborasi

pentahelix WJS pada sudut pandang psikologi pelayanan di Desa Temulus Kabupaten Kudus

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian adalah deskriptif yang menjelaskan uraian-uraian fakta dan keadaan saat dilapangan serta mengungkap apa yang sebenarnya terjadi. (Moleong, 2018). Daerah yang dijadikan untuk lokasi penelitian ini yaitu Desa Temulus Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Pertimbangan pemilihan lokasi penelitian antara lain (1) Desa Temulus ditetapkan oleh Bupati Kudus sebagai salah satu desa wisata rintisan, (2) Desa wisata ini memiliki daya tarik kunjungan wisatawan sangat tinggi khususnya masyarakat sekitar Kabupaten Kudus, (3) Umur desa wisata masih baru atau rintisan maka penting dikaji tentang keberlanjutan program kegiatan, (4) Kemunculan desa wisata ini disebabkan pendekatan masalah sosial-budaya dan (5) Baru pertama kali dalam sejarah pemerintahan Desa Temulus muncul desa wisata memanfaatkan aset sumber daya alam, (6) Penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya terkait pengembangan desa wisata WJS di Desa Temulus. Penelitian ini dilakukan di Desa Temulus, Kecamatan Mejobo, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus - Oktober 2021.

Objek dalam penelitian ini adalah strategi keberlanjutan pengembangan desa wisata air dan dampak munculnya desa wisata oleh masyarakat. Informan ditentukan dengan metode *snowballing* dengan informan utama adalah Kepala Desa. Setelah itu akan diarahkan ke beberapa pegiat atau pengelola wisata air serta mengarah kepada masyarakat dan pengunjung/wisatawan. Akhirnya menggelinding ke informan lain yang ditunjuk sampai diperoleh kecukupan data (Hartati, 2019). Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal penelitian, dan internet. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi (Yusuf, 2017). Untuk validasi data dengan menggunakan triangulasi sumber. Adapun fenomena yang diamati adalah strategi keberlanjutan pengembangan desa wisata yang dipakai dalam pengembangan pariwisata air di Desa Temulus Kabupaten Kudus, dilihat dari ketersediaan atraksi, sarana & prasarana, aksesibilitas dan fasilitas penunjang lain dan dampak ekonomi dan sosial-budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sekilas Wisata Jeratun Seluna (WJS) Desa Temulus Kabupaten Kudus

Pada tahun 2019 dilaksanakan pemilihan umum kepala desa secara serentak beberapa daerah Indonesia. Desa Temulus Kabupaten Kudus salah satu peserta agenda akbar pemilihan kepala desa yang berlangsung secara langsung, umum, bebas dan rahasia serta jujur dan adil. Kandidiat calon kepala desa terdiri dari dua peserta adalah Purwati dan Suharto. Setelah melalui proses pemilihan umum didapatkan hasil sebagai kepala desa adalah Suharto. Adapun pemerolehan terbanyak sebesar 2869 suara untuk Suharto dan sebesar 1852 suara untuk Purwati. Maka dari hasil tersebut, terpilih Suharto sebagai Kepala Desa Temulus masa jabatan 2020-2026 atau masa jabatan paling lama delapan belas tahun atau tiga kali masa jabatan terhitung sejak tanggal pelaksanaan pelantikan.

Awal kepemimpinan Bapak Suharto menjadi kepala desa mendapatkan sambutan luar biasa dari masyarakat Desa Temulus khususnya tim sukses pemenangan. Berangkat dari semangat simpatisan loyalis dan pendukung setia. Suharto membuat perencanaan pembangunan jangka panjang yang dikemas sebagai visi-misi program unggulan sebagai sentral mensejahterakan masyarakat. Hasil wawancara peneliti dengan Suharto menjelaskan program unggulan yang beranekaragam. Antara lain pelayanan birokrasi, kesehatan, infrastruktur, ekonomi, pendidikan dan sosial-budaya. Konteks penelitian ini, Suharto akan menciptakan pembangunan desa berkualitas berbasis produktivitas ekonomi dan pasrtisipasi masyarakat melalui desa wisata, maka kemasan menarik yang diusung adalah Wisata Jelajah Seluna (WJS).

Kawasan Wisata Jeratun Seluna (WJS) diresmikan dan dibuka sejak tanggal 26 Januari 2020, terhitung sudah berusia lebih dari satu tahun beroperasi sebagai destinasi wisata air. Lokasi wisata jeratun seluna berada di Desa Temulus Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah. Jarak antara lokasi wisata ini dengan pusat pemerintahan daerah kurang lebih 14 kilometer. Jika menempuh perjalanan darat akan membutuhkan waktu sekitar 30 menit, peneliti menilai tidak terlalu jauh dan tidak memakan waktu lama bagi para pengunjung yang ingin

berwisata di tempat ini. Secara detail lokasi WJS berada di bantaran Sungai Juana 1 atau populer dikenal Sungai Jeratun Seluna yang mengalir ke hilir bibir laut yang berada di wilayah Kabupaten Pati.

Sajian wisata air yang disebut WJS memberikan pengalaman berbeda daripada spot lain setempat karena baru pertama kali wisata air hadir di kawasan daerah Kudus sisi selatan-timur. Peneliti memberikan apresiasi eksistensi WJS sebagai jawaban program unggulan yang diusung kepala desa terpilih di Pilkades tahun 2019. Wisata Jeratun Seluna hadir di tengah-tengah masyarakat dilatarbelakangi sejumlah masalah seperti lingkungan, sosial-budaya. Pada kelompok petani merasa resah munculnya hama tikus yang setiap tahun melanda areal pertanian di Desa Temulus. Dalam waktu tertentu, petani akan merasakan dampak negatif adanya tikus karena menggerogoti gabah (baca: bakal beras). Dari sini pada waktu panen akan mengurangi volume gabah yang diproduksi petani karena hama yang berlanjut defisit pembiayaan-pemeliharaan bahkan kondisi merugi atau tidak mendapatkan profit signifikan hasil kinerja bercocok tanam. Selain itu, areal pertanian sebelahan aliran sungai juana 1 tumbuh tanaman enceng gondok yang dianggap sebagai tempat persembunyian tikus agar aman dari gangguan.

Berangkat dari permasalahan diatas, sekelompok petani menyampaikan aspirasi kepada pemerintah desa agar memperhatikan nasib petani dari serangan hama tikus. Untuk menindaklanjuti keluahan para petani terkait hama tikus, maka kepala desa mengupayakan diskusi bareng bersama petani untuk mencari solusi terbaik. Hasil diskusi berisi mengadakan agenda bersih-bersih enceng gondok yang berada sepanjang sungai juana 1 yang difasilitasi pemerintah desa. Setelah agenda tersebut selesai, masyarakat melihat ada potensi wisata yang bisa dikembangkan sebagai destinasi wisata air berdasarkan pemandangan indah yang dilihat dan dirasakan. Salah satu petani berinisial S berpendapat setelah pekerjaan bersih-bersih enceng gondok dilakukan lalu mendapatkan hasil cukup baik antara lain tikus mulai berkurang dan wajah lingkungan sungai menjadi eksotis dan bersih.

Memanfaatkan institusi kecil petani, mereka saling berdiskusi merajut mimpi menyelenggarakan objek pariwisata media air yang pertama di kawasan areal Sungai Jeratun. Gambaran wisata yang disajikan masyarakat sebagai konsep wisata

lingkungan yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai arena utama. Pengunjung disajikan pemandangan alam natural dengan hiasan tumbuhan, bunga, kondisi air bersih serta keberlanjutan lingkungan asri. Memang selama ini corak wisata yang dimaksud masih banyak kendala yang berhadapan langsung seperti masa pademi covid-19. Disisi lain, subjek belum mempunyai kesiapan lebih lanjut dalam memahami realitas dunia wisata sebagai tantangan dan peluang kedepan. Pengelolaan obyek wisata belum dilakukan secara profesional sehingga tidak mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata secara keseluruhan, yang diharapkan mampu merangsang kegiatan ekonomi masyarakat, lapangan kerja dan kesempatan berusaha untuk berkembang. dan keseimbangan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, mendukung secara optimal perolehan pendapatan dasar daerah dan membawa citra daerah.

2. Potret Kolaborasi Pentahelix Dalam Pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) Di Desa Temulus Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus

a. Pemerintah (Goverment)

1) Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus

Sejak pembukaan resmi Wisata Jeratun Seluna (WJS), acara tersebut dihadiri oleh perwakilan pemerintah daerah (Pemda) beserta jajarannya. Peneliti menemukan adanya komunikasi dan kerjasama intens antara pengelola WJS dengan Pemda, terutama dalam hal peresmian serta menampilkan potensi komunitas lokal. Potensi yang diperkenalkan meliputi kuliner, budaya, alam, dan ekonomi lokal, di mana warga setempat mempersembahkan makanan khas seperti keong srutup dan nasi tumpeng sebagai simbolis pembukaan yang dipotong oleh perwakilan pejabat Pemda.

Aspek budaya turut diperlihatkan melalui tarian modern oleh komunitas lokal tanpa undangan khusus, diiringi lagu khas dari media sosial. Dalam hal ini, kedatangan komunitas tersebut bersifat mandiri dan partisipatif. Potensi alam di WJS pun dinilai memberikan keuntungan bagi daerah, di mana WJS merupakan satu-satunya yang berhasil mengoptimalkan potensi alam menjadi destinasi wisata. Dari sisi ekonomi, kelompok masyarakat juga turut menyediakan makanan dan minuman bagi wisatawan serta saat acara peresmian.

Namun, peneliti menemukan permasalahan pasca pembukaan WJS, terutama dalam hal dukungan Pemda. Sejak pembukaan pada 2020, angka pengunjung diklaim mencapai 1000 orang oleh Kepala Desa Temulus, namun tidak ada data empiris yang bisa menguatkan klaim tersebut. Selama ini, Pemda terlihat hanya hadir dalam acara formal dan kurang berperan dalam pengembangan WJS sebagai destinasi wisata unik. Ini menimbulkan pertanyaan terkait dukungan Pemda untuk kelanjutan WJS.

Lebih lanjut, peneliti tidak menemukan kolaborasi yang berkelanjutan antara Pemda dan pengelola WJS. Salah satu kendala yang dihadapi adalah belum adanya pembaruan izin pemanfaatan DAS Jeratun Seluna dari Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS), yang membuat pengelola merasa kurang mendapatkan dukungan penuh dari Pemda. Sebaliknya, informasi yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa Pemerintah Desa dan pengelola WJS sedang berfokus pada pengembangan objek wisata embrio lain.

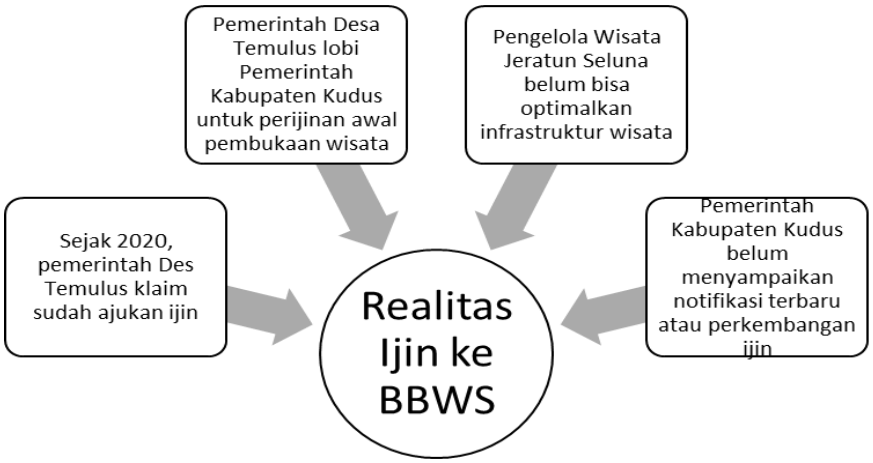
Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS), sebenarnya pemanfaatan DAS Jeratun Seluna telah mendapat persetujuan dari Pemda untuk pengembangan desa wisata. Peraturan ini mendukung kolaborasi antara masyarakat dan Pemda dalam pengelolaan DAS, serta memberikan kewenangan formal kepada pengelola WJS untuk mengembangkan destinasi tersebut. Dukungan formal dari pemerintah struktural juga diperlukan agar pengelolaan wisata lebih terarah dan sesuai dengan peraturan yang ada.

Peneliti juga mencatat bahwa belum ada program pelatihan atau pendampingan yang signifikan untuk meningkatkan kapasitas pelaku wisata di WJS. Meski Pemda menyediakan sarana berupa kapal wisata, penggunaannya belum optimal karena kondisi sungai yang memerlukan revitalisasi. Oleh karena itu, penting bagi Pemda untuk membangun koordinasi simultan dengan seluruh stakeholder WJS agar pariwisata berkelanjutan dapat tercapai, dengan dampak positif jangka panjang bagi masyarakat lokal serta wisatawan.

2) Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS) Pemali Juana Provinsi Jawa Tengah

Wisata Jeratun Seluna (WJS) adalah konsep wisata alam yang memanfaatkan potensi sungai Jeratun sebagai wahana wisata. Namun,

penggunaan sungai ini masih menghadapi kendala karena pengelola WJS belum memperoleh izin resmi dari pemerintah, khususnya dari Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS). Pengelola mengalami kesulitan dalam mengurus perizinan, karena sungai Jeratun Seluna merupakan wilayah administrasi pemerintah, sehingga setiap penggunaan untuk tujuan ekonomi atau sosial memerlukan notifikasi dan izin resmi. Analisis data menunjukkan alasan mengapa Pemerintah Desa Temulus dan pengelola WJS belum mendapatkan izin resmi tersebut.



Gambar Realitas Ijin ke BBWS
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Wisata Jeratun Seluna (WJS) adalah destinasi wisata alam yang memanfaatkan potensi Sungai Jeratun. Namun, pengelola WJS menghadapi tantangan besar karena belum mendapatkan izin resmi dari Balai Besar Wilayah Sungai (BBWS) meskipun sudah mengajukan permohonan sejak tahun 2020 melalui Pemerintah Daerah Kudus. Kepala Desa Temulus menyatakan bahwa mereka telah berulang kali mengajukan izin, tetapi hingga kini belum ada respons, meskipun wisata terus berjalan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar.

Selain itu, peneliti menemukan bahwa kondisi Sungai Jeratun sering kali tidak ideal, terutama saat musim kemarau ketika air surut, yang menghambat aktivitas wisata utama berupa susur sungai dengan perahu. Pengelola juga menghadapi masalah sedimentasi sungai, yang

memerlukan pengerukan agar wisata tetap bisa beroperasi. Meskipun demikian, usaha pengembangan wisata tetap berlangsung meski terbatas oleh ketidakjelasan izin.

Lebih lanjut, pemerintah daerah belum memberikan tanggapan resmi mengenai izin ini, yang semakin memperburuk situasi. Ditambah lagi, pandemi Covid-19 telah mengurangi jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Tidak adanya administrasi pengunjung yang rapi dan informatif juga menjadi kendala dalam memantau perkembangan wisata dan menarik lebih banyak wisatawan.

Meskipun Desa Temulus telah mendapatkan status sebagai Desa Wisata dari Bupati Kudus pada tahun 2020, proses pengembangan dari desa rintisan ke desa wisata mandiri tidak berjalan mulus karena keterbatasan dalam perizinan. Hal ini bisa menghambat pengembangan WJS lebih lanjut, terutama jika evaluasi pemerintah tidak menunjukkan kemajuan yang signifikan.

Regulasi yang mengatur pemanfaatan sungai telah dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2011 tentang Sungai, yang mensyaratkan izin resmi dari instansi terkait untuk menggunakan aliran sungai. Pemerintah Desa Temulus telah mengikuti prosedur yang benar, namun izin dari BBWS masih belum diterbitkan, yang menghambat pengelolaan wisata secara optimal.

Peneliti juga menekankan bahwa minimnya pemahaman masyarakat tentang regulasi dan kewajiban terkait pemanfaatan sungai menjadi tantangan besar. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia agar pengelolaan WJS bisa dilakukan secara profesional dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Perusahaan (Corporation)

1) PT. Djarum Kudus

PT Djarum dimulai oleh Oei Wie Gwan, yang sebelumnya memproduksi petasan merek Leo. Pada 21 April 1951, ia mendirikan perusahaan rokok Djarum. Awalnya, Djarum memproduksi rokok kretek lintingan tangan seperti Djarum, Merata, Box Magic, dan Kembang Tanjung. Pada 1955, Djarum memperluas produksi dengan rokok klobot dan pada 1962 menambah kapasitas produksi. Nama

Djarum berasal dari tape recorder kuno yang dibeli, bukan dari Oei Wie Gwan (Tristanti, 2016).

Pada 1963, pengembangan perusahaan dipimpin oleh Bambang dan Budi Hartono. Dengan pengadaan teknologi baru dari Inggris dan Jerman, serta peningkatan manajemen, produksi meningkat tiga kali lipat pada 1965. Pada 1968, Djarum memperkenalkan produk baru dan menjual sekitar tiga miliar batang rokok.

Pada 1976, Djarum merespons perubahan selera konsumen dengan meluncurkan rokok filter. Produk seperti Djarum Filter Special, Filter Deluxe, dan Djarum Super meningkatkan permintaan dan memicu mekanisasi produksi. Pada 1983, Djarum resmi menjadi PT (Perseroan Terbatas). Kini, terdapat pabrik Djarum di setiap kecamatan Kudus, dengan kompleks terbesar di Oasis Djarum Kudus.

Peneliti menemukan bahwa pengelola Wisata Jeratun Seluna (WJS) mengajukan kerjasama dengan PT Djarum. Walaupun diharapkan mendapatkan bantuan finansial atau fasilitas, mereka hanya menerima bibit penghijauan. Bibit ini telah ditanam di sepanjang Sungai Jeratun pada Oktober 2020 untuk mendukung penghijauan. Observasi menunjukkan bahwa tanaman seperti pohon trembesi dapat meningkatkan kualitas udara, berkontribusi pada reboisasi, dan memperbaiki lanskap wisata.

Penelitian juga mencatat dampak negatif emisi kendaraan terhadap kesehatan, yang menggarisbawahi pentingnya penghijauan. Sebagai contoh terjadi di Benteng Vredeburg Yogyakarta, vegetasi yang dipilih dengan cermat mendukung keindahan dan fungsi lanskap, sesuai dengan model arsitektur dan fungsinya (Candra, 2010).

2) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Temulus

Pemerintah Desa Temulus mendukung UMKM lokal, termasuk produsen Jenang Kudus, masakan Keong Srutup, industri perkakas, dan kerajinan besek. Sebagian besar UMKM ini adalah produsen Jenang Kudus. Kepala Desa menyatakan bahwa UMKM dapat mendukung pariwisata WJS melalui paket kereta wisata yang mengunjungi workshop UMKM untuk memberikan edukasi kepada wisatawan tentang proses pembuatan produk lokal.

Namun, pelaku UMKM belum mendapatkan informasi mengenai rencana paket kereta wisata ini. Salah satu pengusaha Jenang Kudus bahkan belum mendengar kabar dari pemerintah desa atau pengelola WJS tentang keterlibatan mereka dalam program ini. Meski demikian, ide tersebut disambut positif oleh pelaku bisnis sebagai peluang untuk memperluas pasar.

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Desa Temulus belum terfasilitasi dalam pengembangan infrastruktur digital atau platform penjualan online. Ada peluang untuk membangun outlet khusus produk lokal di lokasi wisata, yang diharapkan menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung transaksi jual-beli antara tamu dan warga. Dengan digitalisasi, potensi desa wisata dapat dikembangkan lebih efektif (Sahabudin, 2020).

Pentingnya pemasaran online juga diangkat dalam program edukasi untuk pelaku UMKM, seperti melalui media sosial. Bisnis besar telah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, dan pendekatan ini bisa bermanfaat bagi pengembangan desa wisata dalam jangka panjang (Ermawati & Pujianto, 2022). Berikut ini jenis UMKM Desa Temulus sebagai berikut :

NO	JENIS UMKM	KET
1.	Jenang Kudus “Srikandi”	Lokasi RT 5 RW 3
2.	Jenang Kudus “Bintang Kurnia”	Lokasi RT 4 RW 2
3.	Jenang Kudus “Matahari”	Lokasi RT 8 RW 3
4.	Jenang Kudus “Garuda”	Lokasi RT 2 RW 7
5.	Jenang Kudus “Monalisa”	Lokasi RT 4 RW 6
6.	Jenang Kudus “Kurnia”	Lokasi RT 6 RW 3
7.	Pengrajin Besek	Lokasi RT 1 RW 5
8.	Pengrajin “Linggis”	Lokasi RT 4 RW 5
9.	Pengrajin “Cetok”	Lokasi RT 2 RW 6
10.	Kuliner “Keong Srutup”	Lokasi RT 3 RW 1

Tabel 1 Daftar Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Temulus

Sumber : Observasi 20 Agustus 2022

Indonesia, sebagai negara agraris dengan iklim tropis, memanfaatkan kekayaan alamnya, termasuk tanaman ketan, untuk menghasilkan berbagai makanan seperti jenang. Makanan tradisional ini berbahan dasar ketan, gula, dan santan, awalnya dikonsumsi pada

acara-acara khusus seperti Idul Fitri atau pernikahan. Kini, jenang banyak dipasarkan sebagai oleh-oleh di destinasi wisata, dan popularitasnya terus meningkat.

Meski demikian, pengusaha jenang di Desa Temulus merasa belum mendapatkan dukungan dari pemerintah desa, terutama dalam hal pinjaman modal, kerjasama bahan baku, pemasaran digital, dan peningkatan kapasitas buruh. Mereka berharap bantuan ini dapat meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar, baik di dalam negeri maupun internasional. Selain itu, kehadiran Wisata Jeratun Seluna (WJS) juga diharapkan dapat memperluas akses wisatawan dan mendukung perkembangan ekonomi lokal.

Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran digital sangat penting bagi UMKM seperti produsen jenang, karena memungkinkan mereka menjangkau pasar lebih luas dengan biaya lebih rendah. Platform online, seperti media sosial, telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran (Hastutik et al., 2020). Digitalisasi ini juga penting dalam pengembangan desa wisata, seperti yang telah diterapkan di berbagai daerah lain melalui sistem reservasi berbasis *mobile commerce* (Rusyidi & Fedryansah, 2019).

Meski ada rencana paket wisata WJS yang melibatkan UMKM, hingga saat ini konsep tersebut belum terwujud. Dukungan pemerintah desa dalam pengembangan UMKM dan infrastruktur digital diharapkan dapat memajukan sektor pariwisata dan ekonomi lokal di Desa Temulus.

3) Media (Media)

Media massa memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata sebagai sarana sosialisasi, komunikasi kebijakan, dan penghubung antara pemerintah dan masyarakat (Prabawani, 2016). Seiring dengan kemajuan teknologi, media massa kini mencakup media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, yang memungkinkan komunikasi tanpa batasan waktu dan ruang (Sulistiani & Kaslam, 2020). Media sosial mempermudah promosi objek wisata dan beralih dari metode konvensional seperti media cetak dan televisi.

Pengelola desa wisata, seperti Wisata Jeratun Seluna (WJS), belum sepenuhnya memanfaatkan potensi media sosial untuk promosi dan branding. Meski ada liputan dari media lokal, seperti Kudus Viral, yang memberikan visibilitas awal, hubungan antara media dan pengelola desa wisata belum optimal. Peneliti menyarankan agar pengelola WJS aktif berkolaborasi dengan media untuk mempromosikan desa wisata lebih efektif. Di Yordania, misalnya, pelatihan bagi pekerja pariwisata dan kerjasama dengan media juga dianggap penting untuk meningkatkan sektor pariwisata (Alghizzawi et al., 2018).

Observasi menunjukkan bahwa media lokal, terutama kanal YouTube dan akun Facebook, sering menampilkan informasi tentang WJS, termasuk spot selfie dan fasilitas wisata. Meskipun banyak video dan liputan, masih ada potensi untuk meningkatkan promosi dan menarik pengunjung dari berbagai daerah seperti Jepara dan Rembang.

No	Nama Media	Judul Berita	Link URL	Ket
1.	Detik	Wisata Jeratun Seluna, Wisata Kudus Kekinian, Ada Dermaga Asmara, Perahu Jodoh	https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5482952/wisata-jeratun-seluna-wisata-kudus-kekinian-ada-dermaga-asmara-perahu-jodoh	Penulis : Dian Utoro Aji detikTravel Jumat, 5 Maret 2021 21:36 WIB
2.	Radar Kudus	Wisata Jeratun Seluna di Kudus Terbengkalai, Tujuh Perahu Terlantar	https://radarkudus.jawapos.com/kudus/28/03/2022/wisata-jeratun-seluna-di-kudus-terbengkalai-tujuh-perahu-terlantar/	Editor : Ali Mustofa 28 Maret 2022, 15:15 PM
3.	Klikfakta	Kembangkan Wisata Jeratun Seluna, Pemdes Bakal Gandeng Investor	https://klikfakta.com/2021/03/kembangkan-wisata-jeratun-seluna-pemdes-bakal-gandeng-investor/	Oleh : Redaksi 13 Maret 2021
4.	ISK News	Wisata Jeratun	https://isknews.co	Oleh : Redaksi

		Seluna di Temulus Miliki Prospek Cerah, Butuh Sentuhan Investor	m/wisata-jeratun-seluna-di-temulus-miliki-prospek-cerah-butuh-sentuhan-investor/	14 Maret 2021
5.	My City	Wisata Jeratun Seluna, Wisata Romantis di Kudus	https://mycity.co.id/wisata-jeratun-seluna-wisata-romantis-di-kudus/	Oleh : Muhammad Farrel Shaumi 8 Maret 2021
6.	YouTube	Wisata Jeratun Seluna (WJS) Temulus Ramah Anak	https://www.youtube.com/watch?v=6WbM8EejSPk	Oleh : Kudus TV 10 Maret 2020
7.	YouTube	Destinasi Wisata Baru Perahu Jeratun Seluna Desa Temulus Mejobo Kudus	https://www.youtube.com/watch?v=DUx1Cxbs6VE	Oleh : Kudus TV 26 Januari 2020
8.	BetaNews	Desa Temulus Kembangkan Wisata Air yang Dilengkapi Spot Foto Menarik	https://betanews.id/2021/03/desa-temulus-kembangkan-wisata-air-yang-dilengkapi-spot-foto-menarik.html	Oleh : Nila Rustiyani 7 Maret 2021
9.	Facebook	Wisata Jeratun Seluna Desa Temulus Kec. Mejobo Kudus. Menawarkan Destinasi Wisata Alam Mengarungi Sungan Dengan Perahu.	https://web.facebook.com/watch/?v=745979192641158	Oleh : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Kudus 25 Maret 2021
10.	Suara baru	Wisata Sungai Jeratun Temulus Tawarkan Spot Cantik untuk Selfie	https://suarabaru.id/2021/03/07/wisata-sungai-jeratun-temulus-tawarkan-spot-cantik-untuk-	Editor : Redaksi 7 Maret 2021

			selfie	

Tabel 3 Liputan Berita Wisata Jeratun Seluna di Media Online

Media mainstream telah melaporkan berbagai kegiatan Wisata Jeratun Seluna (WJS). Media nasional yang telah mengulas WJS adalah detik.com. Media lokal seperti Radar Kudus, ISK News, BetaNews, Suara Baru, KlikFakta, dan My City juga telah menerbitkan laporan tentang WJS. Konten berita WJS juga telah tersedia di platform media sosial seperti YouTube dan Facebook. Namun, belum ada kanal media sosial individu atau komunal di Instagram, TikTok, atau platform serupa yang mengulas WJS.

Teknologi dan media sosial terus mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi dan beriklan (Triyono et al., 2021). Media sosial tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pemasar kini memanfaatkan media sosial untuk mempengaruhi keputusan pelanggan dan harus aktif berbagi konten di platform-platform ini (Sheth, 2018).

Untuk memaksimalkan pemasaran, WJS sebaiknya memiliki kehadiran di berbagai platform media sosial, termasuk Instagram dan TikTok, serta memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pengelola WJS harus mengidentifikasi dan menargetkan berbagai jenis pelanggan, serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan minat audiens untuk keberhasilan jangka panjang (Nadaraja & Yazdanifard, 2013).

4) Akademisi (Academy)

Akademisi memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata melalui penyediaan tenaga kerja terampil, inovasi, dan kolaborasi dengan pemerintah, bisnis, dan masyarakat (Pusparani & Rianto, 2021). Di Kudus, perguruan tinggi belum sepenuhnya terlibat dalam pengelolaan wisata Desa Temulus dan Wisata Jeratun Seluna (WJS). Keterlibatan akademisi masih terbatas pada penelitian mahasiswa untuk tugas akhir.

Kepala Desa Temulus dan Pengelola WJS mengakui belum ada kerjasama resmi dengan akademisi. Peneliti menilai bahwa

kolaborasi dengan perguruan tinggi melalui program seperti Kuliah Kerja Nyata (KKN) dapat membantu pengembangan WJS. Dengan dukungan kampus-kampus lokal, keterlibatan akademisi bisa mendorong inovasi dan peningkatan ekonomi melalui pariwisata berkelanjutan.

Namun, pengelolaan WJS saat ini menghadapi masalah internal, seperti kurangnya ide baru dan semangat dalam mengelola wisata, serta dampak pandemi yang menyebabkan penurunan pengunjung. Masyarakat setempat melihat potensi ekonomi dari WJS, tetapi mimpi desa wisata belum sepenuhnya terwujud tanpa kolaborasi yang lebih baik antara pengelola, akademisi, dan pemerintah.

Berikut ini daftar perguruan tinggi di Kabupaten Kudus, sebagai berikut :

No.	Nama Perguruan Tinggi
1.	Universitas Muria Kudus (UMK)
2.	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus
3.	Sekolah Tinggi Kesehatan (STIKES) Cendekia Utama Kudus
4.	Universitas Muhammadiyah Kudus (UMKU)
5.	Akademi Kebidanan Mardi Rahayu
6.	Akademi Kebidanan Pemerintah Daerah
7.	Akademi Perawat Krida Husada
8.	Akademi Kebidanan Muslimat NU Kudus

Tabel 4 Daftar Perguruan Tinggi di Kabupaten Kudus

Sumber : kuduskab.go.id

Kerjasama dengan universitas dalam pengembangan dan pelayanan di desa wisata memungkinkan perguruan tinggi dan komunitas menganalisis potensi yang ada. Hal ini dapat membuka peluang dan memberikan masukan untuk kegiatan di desa wisata (Alfiah et al., 2019). Jika sektor pariwisata dikelola dengan serius, sektor ini dapat menjadi instrumen efektif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi kemiskinan, membantu kelompok rentan, serta melestarikan kearifan lokal dan budaya (Wulandari et al., 2018).

Pengembangan kawasan wisata berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Salazar, 2017). Keterlibatan akademisi atau universitas dapat membantu mengeksplorasi kekuatan,

kelemahan, peluang, dan tantangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) sebagai destinasi pariwisata, serta berkontribusi dalam peningkatan kualitas lanskap wisata. Selain itu, program pendidikan melalui wisata edukasi juga memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman langsung terkait tempat yang dikunjungi, menggabungkan elemen pariwisata dengan konten pendidikan (Sujarwo et al., 2017).

5) Komunitas (Community)

Komunitas memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata, termasuk masyarakat setempat, kelompok hukum adat, dan kelompok berbasis minat seperti dewan kesenian dan LSM. Dalam pariwisata berbasis komunitas/*Community Based Tourism* (CBT), masyarakat lokal menjadi aktor utama, bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan melalui pemberdayaan.

Di Wisata Jeratun Seluna (WJS), beberapa komunitas seperti komunitas tari, komunitas sepeda, dan PKK terlibat dalam acara dan aktivitas wisata. Meskipun mereka berpartisipasi, keterlibatan mereka sebagai agen promosi wisata belum dioptimalkan oleh pengelola WJS dan pemerintah desa, padahal mereka memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung dan mempromosikan wisata melalui media sosial.

Selain itu, konsep pariwisata berbasis komunitas bertujuan untuk menciptakan manfaat kolektif bagi masyarakat, seperti pendanaan untuk sekolah dan peluang kerja. Meski demikian, keberhasilan CBT tergantung pada keterlibatan komunitas dan pemerintah setempat dalam mengelola sumber daya dan menarik pengunjung dengan daya tarik wisata yang unik.

3. Pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) Dalam Sudut Pandang Psikologi Pelayanan di Desa Temulus Kabupaten Kudus

a. Kualitas Interaksi Pelayanan

1) Analisis Perilaku Staf dan Pengelola Wisata Dalam Berinteraksi Dengan Pengunjung

Analisis perilaku staf dan pengelola wisata sangat penting untuk memahami pengalaman pengunjung di Wisata Jeratun Seluna (WJS). Interaksi antara staf dan pengunjung memengaruhi kesan pertama dan

persepsi kualitas pelayanan. Staf yang ramah, responsif, dan komunikatif dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, sedangkan sikap cuek atau tidak sopan dapat menurunkan minat pengunjung untuk kembali.

Pengelola wisata perlu memperhatikan pelatihan staf untuk memastikan layanan yang ramah, empatik, dan informatif. Pengaturan dan pelatihan yang baik membantu menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kualitas pelayanan. Investasi dalam pengembangan sumber daya manusia menjadi kunci untuk kesuksesan WJS sebagai destinasi wisata unggul (Subarkah, 2018).

2) Urgensi Keramahan, Profesionalisme Dan Kemampuan Berkomunikasi Dalam Menciptakan Pengalaman Wisata Positif

Keramahan, profesionalisme, dan kemampuan berkomunikasi adalah elemen kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif (Khotimah & Wilopo, 2017). Interaksi antara staf atau pengelola dengan pengunjung memengaruhi persepsi dan kepuasan mereka, serta loyalitas terhadap destinasi wisata.

Keramahan membuat pengunjung merasa diterima dan dihargai, meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka. Profesionalisme menunjukkan dedikasi dalam menjalankan tugas, memberikan informasi akurat, dan menangani keluhan dengan efektif, yang meningkatkan kepercayaan pengunjung. Kemampuan berkomunikasi yang baik memungkinkan staf untuk memberikan informasi jelas dan memahami kebutuhan pengunjung, menciptakan hubungan positif (Wisri, 2018).

Secara keseluruhan, kombinasi ketiga elemen ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung tetapi juga berkontribusi pada reputasi dan daya tarik destinasi wisata, seperti Wisata Jeratun Seluna, untuk menarik lebih banyak wisatawan di masa depan.

b. Pengaruh Lingkungan dan Suasana

1) Bagaimana Desain dan Penataan WJS Mempengaruhi Perasaan Nyaman dan Kepuasan Wisatawan

Desain dan penataan Wisata Jeratun Seluna (WJS) sangat penting dalam mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Destinasi ini harus menawarkan tidak hanya atraksi menarik tetapi juga lingkungan yang nyaman dan aman. Tata letak yang intuitif mempermudah navigasi, dengan papan petunjuk jelas dan jalur pejalan kaki terawat baik, membuat pengalaman wisata lebih lancar. Desain

estetika, seperti pemandangan indah dan penataan taman yang menarik, menambah daya tarik visual dan kenyamanan.

Kebersihan dan pemeliharaan fasilitas juga penting. Fasilitas yang bersih, termasuk toilet dan area makan, meningkatkan kepuasan, sedangkan fasilitas yang kotor dapat menurunkan kepuasan pengunjung. Desain juga harus memperhatikan aksesibilitas bagi semua jenis wisatawan, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik. Fasilitas ramah difabel meningkatkan inklusivitas dan memperluas jangkauan pengunjung.

Secara keseluruhan, desain dan penataan yang baik membuat WJS lebih menarik dan nyaman, meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan ulang, serta berkontribusi pada keberlanjutan pariwisata di Desa Temulus.

2) Peran Elemen Estetika, Kebersihan dan Fasilitas Dalam Menciptakan Suasana yang Mendukung Pengalaman Wisata

Elemen estetika, kebersihan, dan fasilitas sangat penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan. Ketiga elemen ini saling mendukung untuk memberikan kenyamanan, keamanan, dan daya tarik visual yang meningkatkan kepuasan pengunjung. Estetika menciptakan kesan pertama yang kuat dan menarik, termasuk desain arsitektur, penataan taman, dan dekorasi artistik. Suasana yang nyaman dan spot foto menarik dapat meningkatkan pengalaman dan promosi destinasi (L.S Vygotsky & Bakhtin, 1978).

Kebersihan mempengaruhi kenyamanan fisik dan persepsi kualitas destinasi. Area yang bersih menunjukkan perhatian pengelola terhadap kesejahteraan pengunjung dan standar pelayanan, sementara area kotor dapat menurunkan minat pengunjung. Fasilitas yang memadai, seperti tempat duduk, area parkir, papan petunjuk, dan aksesibilitas, meningkatkan kenyamanan dan kemudahan. Fasilitas tambahan seperti pusat informasi dan area bermain anak juga menambah kepuasan wisatawan.

Secara keseluruhan, estetika, kebersihan, dan fasilitas yang baik bekerja sama untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif, membangun reputasi destinasi, dan meningkatkan loyalitas serta jumlah kunjungan kembali.

c. Responsivitas Terhadap Masukan dan Keluhan

1) Analisis Bagaimana Pengelola WJS Menangani Umpan Balik dan Keluhan Pengunjung

Mengelola umpan balik dan keluhan pengunjung secara efektif adalah kunci dalam meningkatkan kualitas layanan di Wisata Jeratun Seluna (WJS). Pengelola harus memiliki sistem yang mudah diakses untuk menerima umpan balik, seperti kotak saran atau formulir online. Respons cepat dan profesional terhadap umpan balik, termasuk keluhan, menunjukkan komitmen terhadap kepuasan pengunjung.

Setelah umpan balik diterima, pengelola harus segera menanggapi dan melakukan perbaikan jika diperlukan, serta menginformasikan pengunjung tentang tindakan yang diambil. Transparansi dan komunikasi yang baik juga penting, termasuk menjelaskan kendala dan memberikan penjelasan yang jujur.

Selain menangani keluhan, umpan balik positif harus dimanfaatkan untuk meningkatkan layanan dan memberikan motivasi kepada staf. Dengan mendengarkan, merespons, dan berkomitmen pada perbaikan berkelanjutan, WJS dapat membangun reputasi sebagai destinasi yang peduli dan responsif, yang akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan jumlah kunjungan di masa depan.

2) Strategi Peningkatan Pelayanan Berdasarkan Masukan Wisatawan

Strategi peningkatan pelayanan berdasarkan masukan wisatawan penting untuk pengembangan destinasi seperti Wisata Jeratun Seluna (WJS). Berikut adalah langkah-langkah kunci:

a) Analisis Umpan Balik: Kumpulkan dan analisis umpan balik melalui survei, kotak saran, media sosial, atau wawancara. Identifikasi pola atau masalah umum seperti kebersihan atau waktu tunggu.
b) Identifikasi dan Prioritaskan Masalah: Fokus pada masalah utama yang berdampak besar pada pengalaman pengunjung. Prioritaskan untuk pengalokasian sumber daya yang efisien.
c) Implementasi Perubahan: Lakukan perbaikan seperti memperbaiki fasilitas, melatih staf, atau meningkatkan sistem manajemen. Tindakan ini harus menyasar area dengan umpan balik negatif yang signifikan.
d) Komunikasi dengan Pengunjung: Informasikan pengunjung tentang perbaikan melalui media sosial, buletin, atau pengumuman di lokasi.

Ini menunjukkan bahwa umpan balik mereka dihargai dan direspons.

e) Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan: Terus pantau efektivitas perubahan dengan survei kepuasan ulang dan umpan balik tambahan untuk memastikan hasil yang diinginkan.
f) Keterlibatan Staf: Libatkan staf dalam proses perbaikan dan pelatihan untuk meningkatkan motivasi dan kualitas pelayanan.

Dengan menerapkan strategi ini, WJS dapat meningkatkan pengalaman pengunjung, membangun reputasi positif, dan mendorong kunjungan kembali.

KESIMPULAN

Potret kolaborasi pentahelix dalam pengembangan Wisata Jeratun Seluna (WJS) di Desa Temulus Kabupaten Kudus telah menunjukkan interaksi antar kelembagaan secara siginifikan. Meskipun praktik belum optimal sesuai harapan, setidaknya aspek pentahelix sudah memenuhi kriteria. Diantaranya aktor pemerintah telah menunjukkan komitmen pembentukan destinasi pariwisata, meski perkembangan teknis ada hal perlu diselesaikan. Aktor akademisi belum nampak kolaborasi meski ada beberapa kampus di Kabupaten Kudus, disisi lain ketidaktahuan pengelola WJS terhadap kegiatan saling menguntungkan. Aktor pengusaha telah berinteraksi secara mandiri dengan WJS, namun pengelola pariwisata belum ada aksi keberlanjutan kolaborasi. Aktor media telah berperan meliput, mendistribusikan peristiwa ke publik melalui kanal jaringan. Serta aktor komunitas ikut berpartisipasi menyajikan tarian popular meski tidak ada kolaborasi khusus terkait pengembangan WJS lebih lanjut.

Kualitas interaksi pelayanan, desain lingkungan, dan responsivitas terhadap umpan balik merupakan elemen kunci dalam meningkatkan pengalaman wisata di Wisata Jeratun Seluna (WJS). Interaksi staf yang ramah dan profesional, serta kemampuan berkomunikasi yang baik, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung. Desain dan penataan yang intuitif, estetika yang menarik, serta kebersihan fasilitas turut menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik. Selain itu, pengelolaan umpan balik yang efektif, termasuk respons cepat terhadap keluhan dan pemanfaatan umpan balik positif, memperlihatkan komitmen terhadap perbaikan

berkelanjutan dan meningkatkan reputasi destinasi. Dengan mengintegrasikan semua aspek ini, WJS dapat menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan mendorong kunjungan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiah, S., Andriani, J., Lesmana, R., Sunardi, N., & Furyanah, A. (2019). Manajemen Pengelolaan Desa Wisata Pada Desa Cimanggu, Kecamatan Cisalak, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat (Studi Kasus Pada Curug Paok dan Bukit Pasir Jaka). *Abdi Masyarakat Humanis*, *1*(1), 21–28.

Alghizzawi, M., Salloum, S. A., & Habes, M. (2018). The role of social media in tourism marketing in Jordan. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, *2*(3), 59–70.

Candra, A. L. (2010). *Identifikasi Jenis Pohon Menurut Model Arsitektur Dan Fungsinya Di Kawasan Wisata Budaya Benteng Vredeburg Yogyakarta*.

Candranegara, I. M. W., Mirta, I. W., & Suryana, I. N. M. (2019). Government Collaboration Of Pentahelix Models In The Management Of Ecotourism D'Bendungan View Telaga Tunjung (Case Study Management of Ecoutourism D'Bendungan View Telaga Tunjung in Timpag Village, Tabanan Bali). *Iapa Proceedings Conference*, 68. https://doi.org/10.30589/proceedings.2019.222

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. (2020). *Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).

Ermawati, Y., & Pujianto. (2022). Tata Kelola dan Manajemen Keuangan Kelompok UMKM di Desa Wisata. *Snistek*, *4*, 385–392.

Hartati, I. N. dan S. H. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial & Pendidikan*. https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+penelitian+kualitatif+sosial&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi8obfvycbvAhWBfH0KHXtIDhAQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=metode penelitian kualitatif sosial&f=false

Hastutik, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., & Ariwibowo, H. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM* (A. Rikki (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Khotimah, K., & Wilopo, W. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *42*(1), 56–65.

L.S Vygotsky, & Bakhtin, M. M. (1978). Mind in Society The Development. *University of Texas Press Slavic Series*.

Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif, cet. In *XI. Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.

Nadaraja, R., & Yazdanifard, R. (2013). Social media marketing: advantages and disadvantages. *Center of Southern New Hempshire University*, 1–10.

Prabawani, B. (2016). *Business Sustainability dan Peran Triple Helix dalam Industri*.

Pusparani, P., & Rianto, R. (2021). Implementasi Konsep Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Cibuntu. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*. https://doi.org/10.32528/sw.v4i1.5389

Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*. https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490

Sahabudin, A. (2020). Tantangan Milenial Di Desa Wisata. *Tornare*. https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25824

Salazar, N. B. (2017). Community-based cultural tourism: Issues, threats and

opportunities. In *Tourism and Poverty Reduction* (pp. 131–144). Routledge.

Sheth, J. N. (2018). *How Social Media Will Impact Marketing Media BT - Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications* (G. Heggde & G. Shainesh (Eds.); pp. 3–18). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5323-8_1

Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, *4*(2), 49. https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979

Sujarwo, S., Samsi, I., & Wibawa, L. (2017). Desain model wisata belajar di Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta sebagai laboratorium luar kampus. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *4*(1), 90.

Sulistiani, K., & Kaslam, K. (2020). Kebijakan Jogo Tonggo Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Vox Populi*, *3*(1), 31. https://doi.org/10.24252/vp.v3i1.14008

Tristanti, I. (2016). *Remaja dan perilaku Merokok.*

Triyono, L., Yudantoro, T. R., Sukamto, S., & Hestiningsih, I. (2021). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Toko Oleh-Oleh Danisa. *Jurnal Hilirisasi Technology Kepada Masyarakat (SITECHMAS)*, *1*(1). https://doi.org/10.32497/sitechmas.v1i1.2233

Wisri. (2018). Komunikasi Dan Kerukunan Umat Beragama. *Indonesian Journal of Islamic Communication*. https://doi.org/10.35719/ijic.v1i1.19

Wulandari, M., Susanto, P. C., Adityawan, I. M., Sinlae, J. B., Wiryadikara, R. P., & Adiada, A. A. K. (2018). Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa Catur Kintamani Menuju Desa Wisata Yang Kekinian. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)*, *1*.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana. https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+penelitian+kualitatif&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiSvr--y8bvAhWt7HMBHasmAlgQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=metode penelitian kualitatif&f=false