

Strategi pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno” di Kabupaten Pasuruan dengan menggunakan metode *analytical hierarki process*

Velia Morita Herynda, Hadi Sumarsono*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: hadi.sumarsono.fe@um.ac.id

Paper received: 4-4-2022; revised: 18-4-2022; accepted: 26-4-2022

Abstract

Tourism is a type of industry that can boost economic growth by creating jobs and increasing a country's foreign exchange reserves. In the development of tourism, various stakeholders are necessary for its implementation, including the government and the community. This is exemplified by one of the tourist attractions located in Pasuruan Regency, namely the "Putuk Truno" Waterfall situated at the base of Mount Welirang and Mount Arjuno. The purpose of this research is to determine the appropriate strategies for the development of the "Putuk Truno" waterfall tourist attraction in Pasuruan Regency. The research employs a quantitative approach using Analytical Hierarchy Process (AHP) analysis. Data is collected through observation, interviews, and questionnaires. Based on the research findings, it is revealed that the highest priority lies in the promotion aspect, with a priority vector value of 0.338. The second priority is in the infrastructure aspect, with a priority vector value of 0.321. The third priority is attributed to the actor aspect, with a priority vector value of 0.246. Lastly, the institutional aspect holds the lowest priority with a priority vector value of 0.094. In conclusion, the research indicates that the highest priority for the development strategy of the "Putuk Truno" waterfall tourist attraction is in the promotion and infrastructure aspects.

Keywords: strategy; tourism; analytical hierarchy process (AHP)

Abstrak

Pariwisata adalah jenis industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan dapat meningkatkan devisa negara. Dalam pengembangan pariwisata diperlukan pihak – pihak terkait dalam pelaksanaannya seperti peran serta pemerintah dan masyarakat. Seperti pada salah satu obyek wisata yang berada di Kabupaten Pasuruan yaitu Air Terjun “Putuk Truno” yang berada di kaki gunung Welireng dan gunung Arjuno. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno” di Kabupaten pasuruan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis Analytical Hierarki Process (AHP). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuisioner. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas tertinggi pada aspek promosi yang memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,338. Prioritas kedua pada aspek infrastruktur yang memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,321. Prioritas ketiga pada aspek aktor yang memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,246. Dan yang terakhir pada aspek kelembagaan memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,094. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan prioritas tertinggi pada strategi pengembangan objek wisata air terjun “Putuk Truno” pada aspek promosi dan aspek infrastruktur.

Kata kunci: strategi; pariwisata; *analytical hierarchy process* (AHP)

1. Pendahuluan

Menurut Wahab (2003) pariwisata adalah jenis industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lain. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beraneka ragam

jenis pariwisata, seperti wisata alam, sosial maupun wisata budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Menurut Yoeti (2008) pariwisata berkaitan erat dengan tingkat perekonomian di suatu negara. Pengembangan kawasan wisata merupakan upaya dalam memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang diwujudkan berupa kekayaan alam yang indah, keanekaragaman flora dan fauna, keanekaragaman tradisi dan seni budaya, serta peninggalan bersejarah.

Menurut Devy dan Soetomo (2017) dalam pembangunan obyek dan daya tarik wisata terdapat penggerak utama sektor pariwisata yang bekerjasama dengan pihak – pihak terkait seperti pemerintah yang bekerjasama dengan pihak swasta. Sesuai dengan peranannya, pemerintah adalah perantara dalam menetapkan semua kebijakan yang relevan mengenai pengembangan fasilitas pariwisata dan daya tarik terhadap obyek wisata. Keberadaan obyek dan daya tarik wisata merupakan aktifitas pariwisata yang memiliki faktor utama dalam menarik wisatawan berkunjung ke obyek wisata tersebut. Pariwisata juga dapat meningkatkan devisa negara, serta sektor pariwisata berkaitan erat dengan investasi.

Gambar 1 adalah jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pasuruan tahun 2017 – 2019:



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Pasuruan

Sumber:

<https://www.pasuruankab.go.id/potensi-152-kabupaten-pasuruan-kaya-objek-wisata.html>

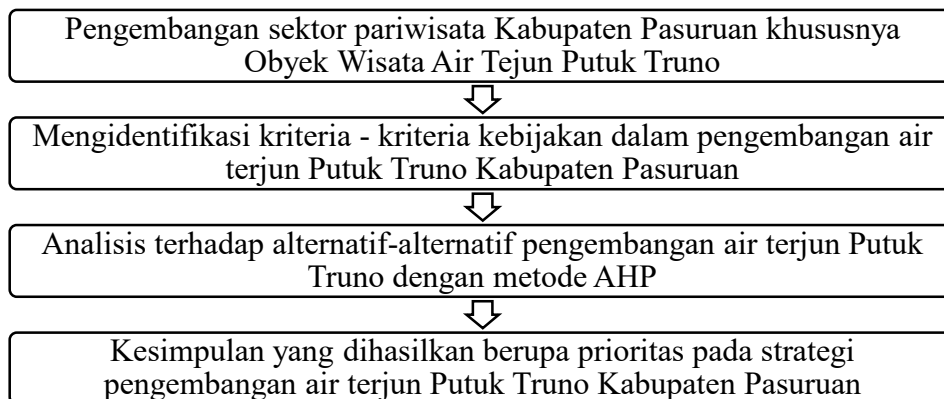
<https://radarbromo.jawapos.com/pasuruan/23/01/2020/wow-kunjungan-wisata>

Pada grafik 1 di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Maka tidak heran jika pemerintah kabupaten setempat sangat memberikan perhatian pada sektor kepariwisataan. Salah satu obyek wisata yang berada di Kabupaten Pasuruan yaitu air terjun “Putuk Truno”, yang terletak di Desa Pecalukan, Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. Air terjun ini biasa dijuluki masyarakat sekitar yaitu air terjun abad, karena memiliki cerita legenda. Akses menuju ke lokasinya cukup mudah. Jarak yang diperlukan sekitar 300 meter dari loket menuju obyek wisata. Air terjun “Putuk Truno” berada di kaki gunung Welirang dan gunung Arjuno serta air terjun ini memiliki ketinggian kurang lebih 45 meter.

Pada observasi awal, peneliti mengamati disekeliling obyek wisata tersebut dan melihat masih kurangnya sarana dan prasarana yang ada di sekitar obyek wisata. Seperti minimnya tempat duduk atau gazebo dan tempat sampah di setiap sudut obyek yang menyebabkan

pengunjung membuang sampah sembarangan, kurangnya kesadaran pelaku ekonomi disana yang membuang limbah plastic langsung ke jurang yang menyebabkan pengunjung terganggu. Tidak adanya pegawai yang mengawasi di sekitar obyek wisata tersebut yang menyebabkan pengunjung dengan seenaknya piknik di dekat obyek dan menyebabkan limbah-limbah plastic yang masih tertinggal. Kurangnya kebersihan toilet di dekat obyek, kurangnya peraturan tertulis yang diterapkan di obyek wisata, kurangnya spot-spot foto. Beberapa pengunjung yang dari luar kota merasa kecewa karena sudah jauh – jauh ke obyek wisata air terjun putuk truno namun spot yang diinginkan sedang dalam perbaikan dan tidak adanya spot pengganti. Dan tidak menetapnya biaya parkir sehingga tidak tentunya nominal yang digunakan.

Dalam menentukan strategi pada pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno” berdasarkan diperlukan suatu system yang membantu dalam pengambilan keputusan pada obyek tersebut, dengan adanya system pendukung keputusan ini pengelola serta pemerintah dapat dengan mudah, cepat dan tepat dalam melakukan pengembangan pada obyek wisata. Maka pada penelitian ini menggunakan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP), di mana metode AHP ini adalah suatu metode yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki. Hierarki merupakan suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multi level, yang mana level pertama merupakan tujuan, yang selanjutnya diikuti oleh level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya ke bawah hingga sampai level terakhir dari alternatif.



Gambar 2. Kerangka Pikiran

Sumber: Ardhika Sukmasakti (2012) dengan modifikasi
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/viewFile/1893/1891>

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hinuda Wisna Arti (2019) yang berjudul Strategi Pengembangan Objek Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode AHP dengan memiliki kriteria – kriteria yang digunakan yaitu kelembagaan, infrastruktur, promosi dan atraksi. Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Ngumroh (2018) yang berjudul Strategi Pengembangan Obyek Wisata Edukasi Kampung Cokelat Kabupaten Blitar. Penelitian ini menggunakan metode AHP dengan memiliki kriteri – kriteria yang digunakan yaitu promosi, kelembagaan, dan infrastruktur. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno”. Untuk memudahkan dalam melakukan kegiatan penelitian, berikut

adalah gambaran roadmap dalam penelitian obyek wisata air terjun "Putuk Truno" Di Kabupaten Pasuruan.

KAJIAN PUSTAKA

Industri Pariwisata

Menurut Yoeti (2008) industri kepariwisata merupakan suatu perusahaan industri yang secara langsung melayani pengunjung, untuk membuat pengunjung merasa nyaman, aman, dan puas ketika berkunjung ke destinasi. Industri pariwisata dan keberadaan wisatawan saling berhubungan. Terdapat beberapa ciri-ciri industry pariwisata sebagai berikut :

- a. Service Industry
Pariwisata disebut sebagai industry jasa. Seperti perusahaan jasa yang bekerjasama untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh wisatawan
- b. Labor Intensive
Industry pariwisata sebagai industry padat karya
- c. Capital Intensive
Industry pariwisata sebagai sarana pembangunan infrastruktur industry pariwisata yang membutuhkan investasi besar.
- d. Sensitive
Industry pariwisata yang memperhatikan keamanan serta kenyamanan pada wisatawan.
- e. Seasonal
Industry pariwisata ini dipengaruhi oleh musim. Bila musim liburan datang akan terjadi peak season dan semua kapasitas terjual habis. Begitu juga sebaliknya jika musim liburan telah habis maka semua kapasitas terbengkalai atau sepi pengunjung.

Pengembangan Pariwisata

Dalam berkaitan kegiatan pariwisata pengembangan dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk:

- a. Memelihara, meningkatkan kuantitas dan kualitas pengembangan daerah wisata.
- b. Meningkatkan pembangunan fisik seperti infrastruktur bagi menunjang pariwisata.
- c. Meningkatkan peran serta masyarakat di sekitar objek wisata dan pihak swasta dalam pertumbuhan industry pariwisata.
- d. Melakukan langkah - langkah kongkrit secara langsung atau tidak langsung untuk meningkatkan daya tarik wisatawan

Konsep Pengembangan Pariwisata

Dalam perkembangan industry pariwisata terdapat beberapa komponen yang menjadi dasar dari obyek wisata yang saling berhubungan satu sama lain. Menurut Inskey dalam Suryadan (2015:33) terdapat beberapa macam literatur yang ada dalam komponen wisata dibawah ini :

- a. Atraksi
Suatu kegiatan yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata yang berhubungan dengan lingkungan, budaya dan keunikan local.
- b. Akomodasi
Berupa fasilitas yang berkaitan dengan pelayanan bagi pengunjung yang menginap.

c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Pelayanan wisata ini yaitu berupa semua fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung seperti, restoran, toko-toko souvenir, bank, pelayanan kecantikan, kantor informasi, pelayanan kesehatan, pelayanan keamanan, dan transportasi yang menghubungkan antar kawasan wisata

d. Infrastruktur

Infrastruktur adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, dan telekomunikasi.

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan model pendukung keputusan yang diperkenalkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan proses untuk mengidentifikasi dan memberikan perkiraan interaksi sistem secara keseluruhan. Menurut Syaifullah (2010) analisis AHP diperlukan sebagai metode dalam menentukan prioritas utama dalam masalah dengan alasan dibawah ini:

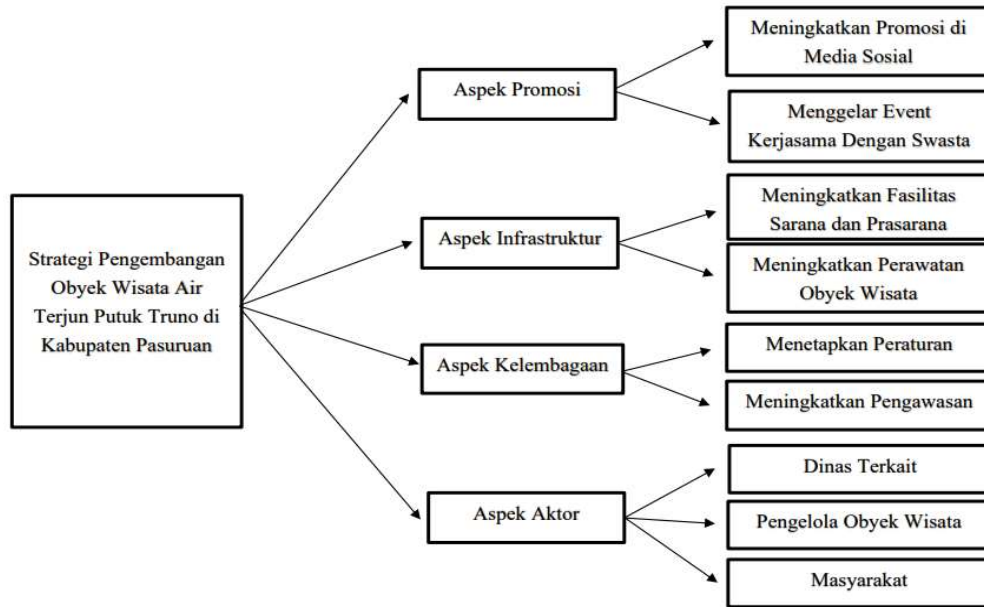
- a. Terdapat bagan hierarki, seperti halnya kriteria terpilih mengarah ke subkriteria.
- b. Memeriksa efektivitas sampai dengan pengambilan keputusan
- c. Mempertimbangkan daya tahan output analisis sensitivitas dalam pengambilan keputusan

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan kuisioner. Populasi ini terdiri dari pengunjung yang melakukan kegiatan di obyek wisata Air Terjun Putuk Truno dan para ahli (*key Person*) yang berperan aktif di dalam pariwisata tersebut. Sampel yang digunakan berasal dari Pengelola Air Terjun "Putuk Truno" berjumlah 2 orang dan pengunjung Air Terjun "Putuk Truno" berjumlah 10 orang.

Ada beberapa langkah yang perlu di perhatikan dalam menggunakan metode AHP dibawah ini :

- a. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang akan dicapai
- b. Menyusun struktur hierarki
- c. Melakukan perbandingan berpasangan dengan teknik komperasi berpasang (*Pairwise comparison*) terdapat tahap penting yaitu menentukan mana diantara dua yang dianggap (penting/disukai). Kriteria pada prioritas alternatif dapat ditentukan melalui cara membandingkan pasangan satu sama lain dan memberikan bobot pada skala dari 1 s/d 9 sesuai definisi masing-masing individu pada skala.
- d. Melakukan perhitungan nilai eigen dan berlanjut dengan menguji konsistensinya dengan melihat skala penilaian.
- e. Memeriksa konsistensi hierarki dengan melihat rasio kurang dari 10%. Jika hasil inkonsistensi kurang dai 10% maka dapat diartikan bahwa dapat diterima atau konsisten.



Gambar 3. Kerangka Hierarki

Sumber:

Ardhika Sukmasakti (2012) dengan modifikasi <https://ejournal3.undip.ac.id/index-jme/article/viewFile/1893/1891>

Tabel 1. Skala Penilaian

Tingkat Penelian	Keterangan
Nilai 1	Kedua elemen sama pentingnya
Nilai 3	Elemen A sedikit lebih penting dari elemen B
Nilai 5	Elemen A lebih penting dari elemen B
Nilai 7	Elemen A jauh lebih penting dari elemen B
Nilai 9	Elemen A mutlak lebih penting dari elemen B
Nilai 2, 4, 6, 8	Nilai-nilai antara, diantara dua nilai pertimbangan yang berdekatan
Nilai Kebalikan	Jika elemen <i>i</i> menerima nilai <i>a</i> lalu dibandingkan dengan elemen <i>j</i> , / <i>a</i>

Sumber : <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/exp/article/view/986/878>

3. Hasil dan Pembahasan

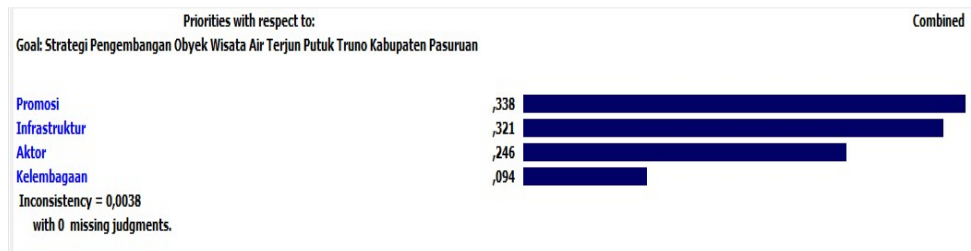
3.1. Hasil

3.1.1. Analisis Prioritas Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun “Putuk Truno” Kabupaten Pasuruan

3.1.1.1. Perbandingan Prioritas Kriteria Kebijakan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan *Software Expert Choice* 11 bahwa prioritas pada pengembangan obyek wisata Air Terjun “Putuk Truno” adalah aspek promosi (0,338),

aspek infrastruktur (0,321), aspek aktor (0,246), aspek kelembagaan (0,094) dan memiliki nilai inkonsistensi sebesar 0,0038 artinya konsisten atau dapat diterima.

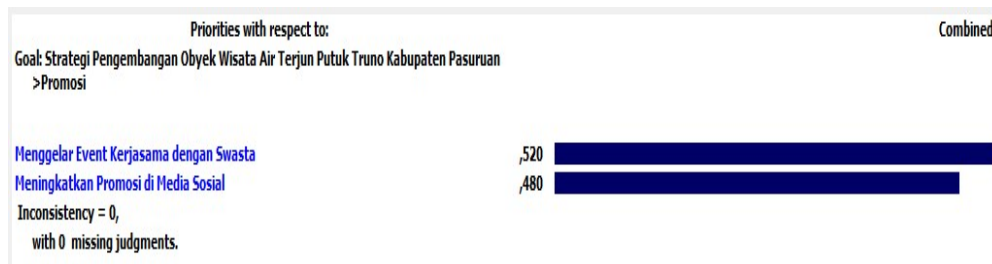


Gambar 4. Matriks *Priority Vector* pada Kriteria Kebijakan

(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

3.1.1.2. Aspek Promosi

Pada aspek promosi ini memiliki dua alternatif kebijakan yaitu meningkatkan promosi di media social dan menggelar event kerjasama dengan swasta. Hasil perhitungan nilai geomean pada alternatif kebijakan aspek promosi ini sebesar 1,08411 pada menggelar event kerjasama dengan swasta. Artinya responden ragu-ragu dalam memilih/menentukan antara menggelar event kerjasama dengan swasta sama penting atau sedikit lebih penting dengan meningkatkan promosi di media social.



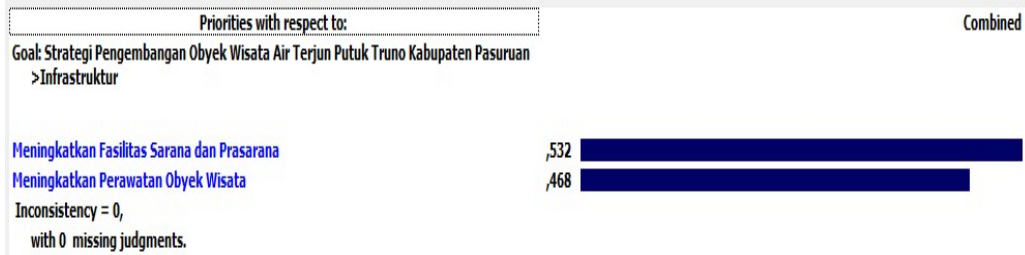
Gambar 5. Matriks *Priority Vector* pada Kriteria Kebijakan Aspek Promosi

(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

Pada gambar 5 menunjukkan bahwa aspek promosi memiliki inkonsistensi sebesar 0,00 yang artinya bahwa nilai matriks *priority vector* pada kriteria alternatif tersebut dapat diterima atau konsisten.

3.1.1.3. Aspek Infrastruktur

Pada aspek infrastruktur memiliki dua alternatif kebijakan yaitu meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana serta meningkatkan perawatan obyek wisata. Hasil perhitungan nilai geomean pada alternatif kebijakan aspek infrastruktur ini sebesar 1,13782 pada meningkatkan perawatan obyek wisata. Artinya responden ragu-ragu dalam memilih/menentukan antara meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana sama penting atau sedikit lebih penting dengan meningkatkan perawatan obyek wisata.

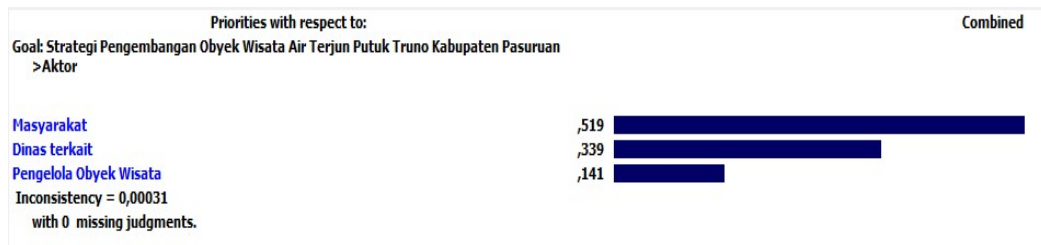


Gambar 6. Matriks Priority Vector Aspek Infrastruktur
(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

Pada gambar 6 menunjukkan bahwa aspek infrastruktur memiliki nilai inkonsistensi sebesar 0,00 yang artinya bahwa nilai matriks *priority vector* pada kriteria alternatif tersebut dapat diterima atau konsisten.

3.1.1.4. Aspek Aktor

Pada aspek infrastruktur memiliki tiga alternatif kebijakan yaitu dinas terkait, pengelola obyek wisata dan masyarakat. Hasil perhitungan nilai geomean pada alternatif kriteria aspek aktor yang pertama yaitu dinas terkait dengan pengelola obyek wisata dengan nilai geomean sebesar 2,35655 pada dinas terkait. Artinya responden ragu-ragu dalam memilih/menentukan antara dinas terkait sama penting atau sedikit lebih penting dengan pengelola obyek wisata. perbandingan kedua yaitu dinas terkait dengan masyarakat dengan nilai geomean sebesar 1,50315 pada masyarakat. Artinya responden menganggap kedua kriteria alternatif tersebut sama pentingnya. Perbandingan ketiga yaitu pengelola obyek wisata dengan masyarakat dengan nilai geomean sebesar 3,73765 pada masyarakat. Artinya kriteria alternatif masyarakat sedikit lebih penting dibandingkan kriteria alternatif pengelola obyek wisata.



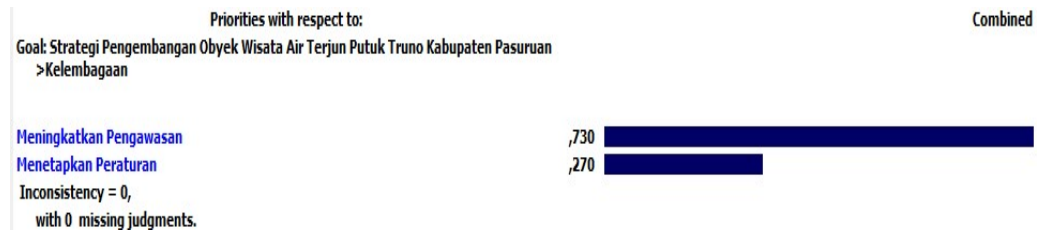
Gambar 7. Matriks Priority Vector Aspek Aktor
(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

Pada gambar 7 menunjukkan bahwa aspek aktor memiliki inkonsistensi sebesar 0,00031 yang artinya bahwa nilai matriks *priority vector* pada kriteria alternatif tersebut dapat diterima atau konsisten.

3.1.1.5. Aspek Kelembagaan

Pada aspek kelembagaan memiliki dua alternatif kebijakan yaitu menetapkan peraturan dan meningkatkan pengawasan. Hasil perhitungan nilai geomean pada alternatif kriteria aspek kelembagaan yaitu meningkatkan peraturan yang memiliki nilai geomean sebesar 2,70323 pada meningkatkan pengawasan. Artinya responden ragu-ragu dalam memilih/menentukan

antara meningkatkan peraturan sama penting atau sedikit lebih penting dengan meningkatkan pengawasan.



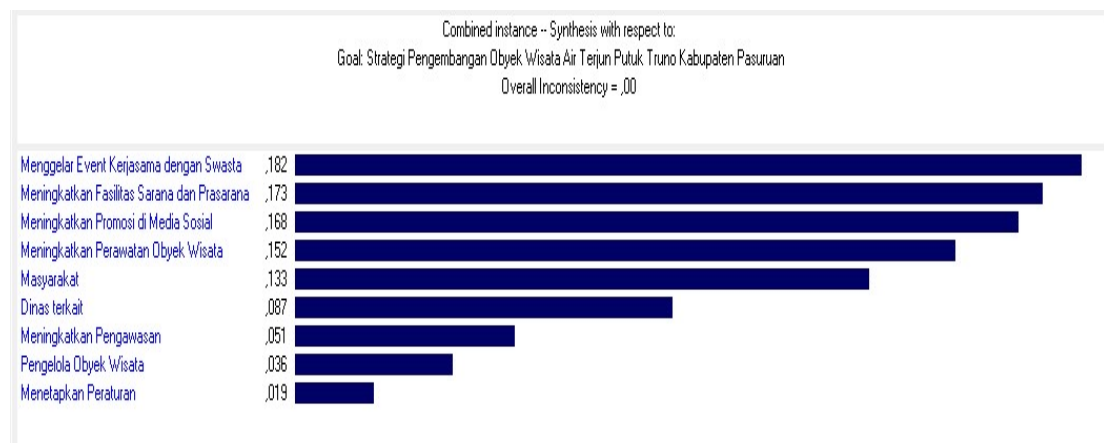
Gambar 8. Matriks *Priority Vector* Kriteria Kebijakan Aspek Kelembagaan

(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

Pada gambar 8 menunjukkan bahwa aspek kelembagaan memiliki nilai inkonsistensi sebesar 0,00 yang artinya bahwa matriks *priority vector* pada kriteria alternatif tersebut dapat diterima atau konsisten.

3.1.2. Perbandingan Prioritas Keseluruhan Alternatif Kebijakan

Berikut ini merupakan urutan prioritas dari seluruh kriteria alternatif kebijakan yang diperlukan dalam strategi pengembangan air terjun “Putuk Truno” Kabupaten Pasuruan.



Gambar 9. Urutan Prioritas Semua Alternatif Kebijakan dalam Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun “Putuk Truno” di Kabupaten Pasuruan

(Sumber : Data penelitian diolah dengan Expert Choice 11)

Berdasarkan gambar 9 hasil analisis dari *Anlytical Hierarki Process* dalam menetapkan prioritas untuk pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno” di Kabupaten Pasuruan memiliki nilai inkonsistensi sebesar 0,00 yang berarti hasil analisis dapat diterima dan konsisten.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Prioritas Kriteria Kebijakan Pengembangan Air Terjun “Putuk Truno”

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa yang menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan obyek wisata air terjun “Putuk Truno” yaitu aspek promosi.

Aspek promosi ini memiliki nilai *priority vector* tertinggi sebesar 0,338. Dimana aspek promosi merupakan aspek yang perlu ditingkatkan pengembangan dengan meningkatkan promosi di *Instagram* dan website yang menarik pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Selanjutnya kriteria kebijakan yang kedua dalam pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" adalah aspek infrastruktur. Aspek infrastruktur ini memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,321. Dimana aspek infrastruktur adalah aspek yang memiliki pengaruh penting dalam pengembangan obyek wisata dengan cara meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana serta meningkatkan perawatan obyek wisata. Kurang lengkapnya infrastruktur menjadi salah satu alasan wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Sehingga dapat memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata.

Selanjutnya Kriteria kebijakan yang ketiga dalam pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" Kabupaten Pasuruan adalah aspek aktor. Aspek aktor ini memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,246. Dimana aspek aktor ini merupakan pihak – pihak yang terkait dalam melaksanakan strategi pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno". Pihak – pihak yang terkait diantaranya yaitu dinas pariwisata, pengelola air terjun "Putuk Truno" dan Masyarakat. Dan yang terakhir Kriteria kebijakan yang keempat dalam pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan adalah aspek kelembagaan. Aspek kelembagaan memiliki nilai *priority vector* sebesar 0,094. Aspek kelembagaan memiliki peran sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan yang berkaitan dengan koordinasi, perencanaan, pelaksanaan dalam mengembangkan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan.

3.2.2. Prioritas Alternatif Kebijakan Pengembangan Air Terjun "Putuk Truno"

Prioritas alternatif kebijakan pada pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan yang memiliki nilai tertinggi pertama adalah menggelar event kerjasama dengan pihak swasta yang memiliki nilai sebesar 0,182. Hal ini sejalan dengan peran dari aspek promosi, dimana melakukan kerjasama dengan swasta dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan juga secara tidak langsung mempromosikan obyek wisata tersebut, karena dengan bekerjasama dengan swasta dapat mempermudah mengenalkan obyek wisata "Putuk Truno" di masyarakat sekitar. Alternatif kebijakan prioritas kedua ialah meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana yang memiliki nilai sebesar 0,172. Menurut responden meningkatkan fasilitas sarana dan prasana merupakan salah satu factor yang penting dalam berpariwisata, karena kurang lengkapnya infrastruktur merupakan salah satu alasan wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Sehingga dapat berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata. Alternatif kebijakan ketiga ialah meningkatkan promosi di media social dengan nilai sebesar 0,168. Menurut responden dengan meningkatkan promosi di *Instagram* dan website yang menarik dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Alternatif kebijakan keempat ialah meningkatkan perawatan obyek wisata memiliki nilai sebesar 0,152. Hal tersebut perlu di perhatikan agar obyek wisata dapat terjaga baik dan sejuk.

Alternatif kebijakan kelima ialah masyarakat yang memiliki nilai sebesar 0,133. Dimana peran masyarakat merupakan salah satu factor penting dalam proses pengembangan agar sesuai yang diharapkan. Alternatif kebijakan keenam ialah dinas terkait yang memiliki nilai sebesar 0,087. Peran dinas terkait juga penting dalam proses pengembangan, dimana dinas terkait dapat melakukan kerjasama dengan swasta untuk mengembangkan obyek wisata "Putuk

Truno". Alternatif kebijakan ketujuh ialah meningkatkan pengawasan memiliki nilai sebesar 0,051. Hal ini perlu diperhatikan agar pengunjung merasa aman dan nyaman saat berpariwisata. Alternatif kebijakan kedelapan ialah pengelola obyek wisata yang memiliki nilai 0,036. Dan alternatif kebijakan kesembilan ialah menetapkan peraturan yang memiliki nilai 0,019. Dimana peraturan ini di perlukan agar pengunjung bisa disiplin dan tertib dalam melakukan pariwisata.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis AHP yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kriteria kebijakan yang menjadi prioritas tertinggi pada pengembangan wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan adalah aspek promosi dan aspek infrastruktur. Aspek promosi menggunakan media pemasaran baik secara langsung ataupun tidak langsung yang digunakan dalam menarik wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Sedangkan peran aspek infrastruktur sangat penting dalam berpariwisata, karena wisatawan sebelum mengunjungi obyek wisata yang dilakukan pengunjung yaitu mencari informasi akses perjalanannya dan fasilitas sarana dan prasarana apa saja yang tersedia di obyek wisata tersebut. Lengkap tidaknya fasilitas yang ada pada obyek wisata adalah salah satu yang dapat mempengaruhi wisatawan mengunjungi obyek wisata tersebut. Sedangkan pada alternatif kebijakan memiliki tiga alternatif prioritas tertinggi dalam pengembangan wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan pertama adalah menggelar event kerjasama. Hal ini sejalan dengan peran dari aspek promosi, dalam melakukan kerjasama dengan swasta dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan juga secara tidak langsung mempromosikan obyek wisata tersebut, karena dengan bekerjasama dengan swasta dapat mempermudah mengenalkan obyek wisata "Putuk Truno" di masyarakat sekitar. Alternatif kebijakan prioritas kedua ialah meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana. Meningkatkan fasilitas sarana dan prasana merupakan salah satu factor yang penting dalam menarik wisatawan berkunjung, karena kurang lengkapnya sarana dan prasarana merupakan salah satu alasan wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Sehingga dapat berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata. Alternatif kebijakan ketiga ialah meningkatkan promosi di media social. Dalam meningkatkan promosi di *Instagram* dan website yang menarik dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Dapat disimpulkan bahwa alternatif – alternatif kebijakan yang perlu ditingkatkan lagi karena karena kriteria alternatif kebijakan saling berkaitan satu sama lain dalam pengembangan obyek wisata air terjun "Putuk Truno" di Kabupaten Pasuruan. Diharapkan dapat berjalan beriringan agar sesuai dengan yang diharapkan.

Daftar Rujukan

- Arti, H. W. (2019). *Strategi pengembangan objek wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo*.
- Asriandy, I. (2016). *Strategi pengembangan obyek wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Makassar: UNHAS.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal sosiologi dilema*, 32(1), 34-44.
- Hareen, Z. T. G., & Widodo, B. S. (2016). Analisis potensi pengembangan pariwisata pendekatan AHP (Analytical Hierarchy Process) pada jenis obyek wisata alam, wisata budaya dan wisata alternatif di Kabupaten Bojonegoro. *Swara Bhumi*, 1(2).
- Hayati, B. (2013). Strategi pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(1), 27-36.
- Kab, B. P. S. (2018). *Pasuruan, Kabupaten Pasuruan dalam angka 2017*, Pasuruan: BPS Kab.

- Kab, B. P. S. (2019). *Pasuruan, Kabupaten Pasuruan dalam angka 2018*, Pasuruan: BPS Kab.
- Kab, B. P. S. (2020). *Pasuruan, Kabupaten Pasuruan dalam angka 2019*, Pasuruan: BPS Kab.
- Ngumroh, L. (2019). *Strategi pengembangan obyek wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar*
- Octavia, V., & Suryadana, M. L. (2015). *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Primadany, S. R. (2013). *Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rakamdani, R. & Adiinto, A. (2019). Sinergitas aktor dalam pengembangan Desa Wisata Okura di Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial*. Vol. 6 Edisi II Juli-Desember 2019
- Saaty, T. L. (1986). *Pengambilan keputusan bagi para pemimpin, proses hirarki analitik untuk pengambil keputusan dalam situasi kompleks*, terjemahan oleh Setiono, Liana. 1993. PT. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Salusu, I. (2003). *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Penerbit: PT. Grasindo, Jakarta.
- Sari, D. K., & Susilowati, I. (2011). *Pengembangan pariwisata obyek wisata pantai sigandu kabupaten batang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Situmorang, J. Y. (2017). *Sistem pendukung keputusan pemilihan merek laptop menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP)*. STMIK Nusa Mandiri Jakarta.
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia: Sejarah dan prospeknya*. Kanisius.
- Syaifulloh, S. (2010). *Pengenalan metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*
- Tahajuddin, E. S. M. A., & Hendarto, R. M. (2011). *Pengembangan obyek wisata Wonderia di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Tama, J. S. R., & Purwanti, E. Y. (2015). *Strategi pengembangan obyek wisata Goa Pindul Desa Bejiharjo Kecamatan Karangmojo Kabupaten Gunungkidul* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Triambodo, S. (2015). *Analisis strategi penguatan kelembagaan desa wisata berbasis ekonomi kreatif (Studi di Desa Wisata Kerajinan Tenun Dusun Gamplong, Desa Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Tungga, A.W. (2014). *Metode penelitian bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wahab, S. (2003). *Classification of Tourism. Manajemen Kepariwisataaan*.
- Yoeti, O. A. (1985). *Budaya tradisional yang nyaris punah*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Yoety, O. A. (1997). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (2001). Strategi pemasaran daerah tujuan wisata menyongsong penerapan otonomi daerah. *Jurnal Pariwisata*, 1.
- Oka, A. Y. (2008). *Ekonomi pariwisata: Introduksi, informasi, dan implementasi*. Jakarta: Kompas.
- Yunita, M., Hermon, D., & Iskarni, P. (2015). Strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Lahat Sumatera Selatan (Study Objek Wisata TWA Bukit Serelo Kecamatan Merapi Selatan). *Jurnal Geografi*, 4(2), 193-199.