

Analisis SWOT sebagai Strategi Pengelolaan Objek Wisata Kampung Air di Desa Sambonggede Kecamatan Merakurak Kabupaten Tuban

Masruhmatul Elok Khasanah¹, Aida Kurniawati²

¹² Program Studi S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Negeri Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juli 2026

Revised Juli 2026

Accepted Juli 2026

Available Juli 2026

masruhmatul.19053@mhs.unesa.ac.id

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu
Bangsa Institute*

A B S T R A K

Kampung Air merupakan objek wisata buatan berbasis wisata air yang berlokasi di Desa Sambonggede, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban. Meskipun memiliki potensi sumber daya dan daya tarik wisata yang cukup besar, pengelolaan Kampung Air masih menghadapi berbagai tantangan, seperti jumlah kunjungan wisatawan yang belum optimal, persaingan dengan destinasi wisata sejenis, serta perlunya pengembangan strategi pengelolaan yang mampu menjaga keberlanjutan destinasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki Kampung Air, kemudian merumuskan strategi pengelolaan

berdasarkan analisis SWOT. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan perspektif kompleksitas wilayah. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam terhadap lima pengelola dan lima pengunjung, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, penyusunan matriks SWOT, dan perumusan strategi SO, WO, ST, dan WT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Air memiliki kekuatan berupa kualitas air yang bersih, variasi kedalaman kolam, keamanan yang baik, harga tiket yang terjangkau, serta lokasi yang mudah diakses. Kelemahan yang ditemukan antara lain pengelolaan sampah yang belum optimal, keterbatasan promosi digital, serta variasi wahana yang masih terbatas. Peluang utama berasal dari meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata keluarga dan dukungan pengembangan desa wisata, sedangkan ancaman berasal dari persaingan dengan objek wisata sejenis dan perubahan tren wisata. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah memanfaatkan keunggulan kualitas lingkungan dan fasilitas wisata untuk memperluas kerja sama dengan sekolah, pemerintah, dan sektor swasta dalam mengembangkan program wisata edukasi serta meningkatkan promosi digital guna memperkuat daya saing destinasi.

Kata Kunci: *Geografi pariwisata, Wisata air, Analisis SWOT*

A B S T R A C T

Kampung Air is a man-made water-based tourism destination located in Sambonggede Village, Merakurak District, Tuban Regency. Despite possessing considerable tourism potential and attractions, the destination still faces several management challenges, including limited visitor numbers, competition with similar attractions, and the need for sustainable management strategies. This study aims to analyze the internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) affecting Kampung Air and to formulate appropriate management strategies using SWOT analysis. This study employed a descriptive qualitative approach within the regional complexity perspective. Data were collected through field

*Corresponding author

E-mail addresses: masruhmatul.19053@mhs.unesa.ac.id

observations, in-depth interviews with five managers and five visitors, and documentation. Data were analyzed using data reduction, data display, conclusion drawing, SWOT matrix formulation, and strategy development. The results indicate that Kampung Air possesses several strengths, including clean groundwater, diverse pool depths, affordable entrance fees, good security, and strategic accessibility. However, weaknesses include limited digital promotion, inadequate waste management, and limited tourism attractions. Opportunities arise from the increasing demand for family-based tourism and government support for tourism village development, while threats mainly originate from competition with similar destinations and changing tourism trends. The SWOT analysis suggests that the priority strategy is to optimize the destination's strengths through partnerships with schools, local government, and private institutions while strengthening digital marketing to improve competitiveness and tourism sustainability.

Keywords: *Tourism geography, Water-based tourism, SWOT analysis*

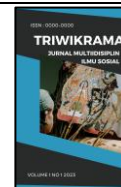
1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya yang beragam. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang perekonomian negara adalah sektor pariwisata. Indonesia dikenal dengan berbagai macam daerah wisatanya, mulai dari pariwisata mancanegara hingga pariwisata mikro, yang masing-masing memiliki keunikan, daya tarik, dan pangsa pasar tersendiri. Menurut Eraku dan Baruadi (2025), Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki lebih dari 13.466 pulau dengan berbagai jenis kekayaan alam dan budaya. Dengan segala potensi yang dimiliki, Indonesia menjadi salah satu pilihan destinasi utama di Asia Tenggara (Adyasari et al., 2021).

Kabupaten Tuban merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki berbagai potensi untuk menunjang kehidupan masyarakat, salah satunya di bidang pariwisata. Berbagai jenis objek wisata tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Tuban, baik wisata alam, religi, maupun wisata buatan. Slogan pariwisata Kabupaten Tuban adalah *Tuban Bumi Wali (Spirit of Harmony)* (Database Peraturan, 2025). Selain itu, Peraturan Daerah Kabupaten Tuban Nomor 04 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataan menjelaskan bahwa usaha daya tarik wisata buatan merupakan usaha pemanfaatan potensi kawasan yang dibuat atau diciptakan sebagai daya tarik wisata yang meliputi pembangunan sarana dan prasarana, pengelolaan objek wisata, serta penyediaan fasilitas bagi masyarakat untuk berperan serta dalam kegiatan usaha pariwisata (Database Peraturan, 2025).

Salah satu objek wisata buatan di Kabupaten Tuban adalah Objek Wisata Kampung Air yang terletak di Desa Sambonggede, Kecamatan Merakurak. Objek wisata ini dibangun atas prakarsa Bapak Yemy Tristantono dan resmi dibuka pada tahun 2019 (Subekti, 2022). Kampung Air memiliki berbagai fasilitas yang dapat menunjang aktivitas wisata, seperti empat kolam renang, kolam ikan koi, *selfie spot*, wahana bermain anak, kedai makanan dan minuman, kursi payung, toilet, panggung hiburan, serta gazebo. Akses menuju lokasi juga cukup mudah karena hanya berjarak sekitar dua puluh menit dari pusat Kota Tuban dengan kondisi jalan yang telah beraspal sehingga mudah dijangkau menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat (Database Peraturan, 2025; Subekti, 2022).

Berdasarkan dasar hukum tersebut, objek wisata buatan memiliki potensi sebagai daya tarik wisata yang mampu menunjang perkembangan pariwisata daerah. Kampung Air termasuk salah satu objek wisata yang memiliki potensi tersebut sehingga diperlukan strategi pengelolaan yang sesuai untuk menjaga keberlanjutan pengembangannya. Namun demikian, Kampung Air masih menghadapi berbagai hambatan yang mengancam keberlangsungan pengelolaannya. Berdasarkan pengamatan penulis pada tahun 2025, Desa Sambonggede hanya memiliki dua objek wisata air, yaitu Kampung Air dan Silowo. Rata-rata jumlah pengunjung Kampung Air mencapai sekitar 3.000 orang setiap bulan (Subekti, 2022), sedangkan objek wisata Silowo mampu menarik sekitar 500-



1.000 pengunjung setiap hari dan meningkat hingga 1.500 pengunjung pada akhir pekan (Maliki, 2023). Selain itu, Kampung Air masih tergolong sebagai destinasi wisata yang relatif baru sehingga menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saingnya. Di sisi lain, hingga penelitian ini dilakukan belum terdapat penelitian yang mengkaji pengelolaan Kampung Air, padahal objek wisata ini memiliki berbagai potensi yang perlu dikembangkan.

Dalam perspektif geografi, Objek Wisata Kampung Air dapat dipandang menggunakan perspektif kompleksitas wilayah (*regional complex*). Menurut Haggett (2001, dalam Abae & Royali, 2025), perspektif kompleksitas wilayah merupakan interaksi antara pendekatan keruangan (*spatial*) dan pendekatan kelingkungan (*ecological*) yang memandang suatu wilayah sebagai sebuah sistem yang utuh dan saling berinteraksi. Perspektif ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik Kampung Air yang tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi fisik wilayah, tetapi juga oleh aktivitas masyarakat, aksesibilitas, kondisi lingkungan, serta perannya dalam struktur ekonomi lokal. Keberadaan Kampung Air tidak hanya memperkaya sektor pariwisata Desa Sambonggede, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan karena kawasan yang sebelumnya dimanfaatkan sebagai tempat pembuangan sampah kini menjadi kawasan wisata yang lebih tertata.

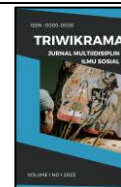
Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk merencanakan strategi melalui identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Jeelani & Shah, 2024). Analisis SWOT dapat menjadi solusi dalam merumuskan strategi pengelolaan wisata yang lebih efektif dan berkelanjutan (Hermiyanto et al., 2025). Selain memberikan gambaran mengenai kondisi suatu destinasi, analisis SWOT juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis melalui identifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengembangan destinasi wisata (Insani & Haryono, 2025). Oleh karena itu, penerapan analisis SWOT menjadi sangat relevan dalam merumuskan strategi pengelolaan Objek Wisata Kampung Air.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan analisis SWOT untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi internal dan eksternal Objek Wisata Kampung Air sehingga dapat dirumuskan strategi pengelolaan yang tepat sasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pengelola, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam mengoptimalkan pengelolaan serta keberlanjutan Objek Wisata Kampung Air sebagai salah satu destinasi wisata di Kabupaten Tuban.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian untuk memahami dan mengonstruksi suatu fenomena pada kondisi alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian ini menggunakan landasan filsafat postpositivisme atau interpretif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dipadukan melalui teknik triangulasi. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan mengeksplorasi dan memahami fenomena pengelolaan Objek Wisata Kampung Air secara mendalam.

Penelitian dilaksanakan di Objek Wisata Kampung Air yang berlokasi di Jalan Pemuda, Dusun Krajan, Desa Sambonggede, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih karena belum pernah dilakukan penelitian mengenai strategi pengelolaan objek



wisata di lokasi tersebut. Penelitian dilaksanakan mulai akhir bulan Oktober 2025 hingga seluruh data yang dibutuhkan berhasil dikumpulkan.

Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih narasumber internal yang memiliki pengetahuan dan kewenangan terhadap pengelolaan Objek Wisata Kampung Air, sedangkan *accidental sampling* digunakan untuk memilih pengunjung yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian. Jumlah narasumber dalam penelitian ini sebanyak sepuluh orang yang terdiri atas lima narasumber internal, yaitu PJ Kepala Desa Sambonggede, pendiri Kampung Air, kepala pengurus BUM Desa sekaligus pengelola Kampung Air, manajer Kampung Air, dan petugas loket, serta lima orang pengunjung sebagai narasumber eksternal. Adapun objek penelitian meliputi seluruh aspek pengelolaan Objek Wisata Kampung Air, mulai dari struktur organisasi, pelayanan, fasilitas, hingga aktivitas yang berlangsung di kawasan wisata.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan narasumber mengenai pengelolaan Objek Wisata Kampung Air. Data sekunder diperoleh dari buku, artikel ilmiah, jurnal, data Badan Pusat Statistik, serta dokumen dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai aktivitas pengunjung dan pengelola, kondisi wahana, fasilitas, serta tata kelola Objek Wisata Kampung Air. Wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur (*semistructured interview*) sehingga peneliti dapat menggali informasi mengenai pengelolaan objek wisata, faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian yang diperoleh dari berbagai dokumen, foto kegiatan, arsip, serta sumber data pendukung lainnya.

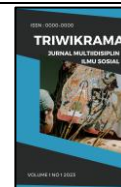
Analisis data dilakukan secara bertahap mulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Selanjutnya dilakukan identifikasi faktor internal yang terdiri atas *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), serta faktor eksternal yang terdiri atas *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Seluruh faktor tersebut kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threat*), dan WT (*Weakness-Threat*) sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan Objek Wisata Kampung Air.

Keabsahan data dilakukan menggunakan teknik triangulasi. Menurut I Gusti Bagus Rai Utama (2023), triangulasi merupakan teknik validasi silang dalam penelitian kualitatif melalui konvergensi berbagai sumber data dan berbagai teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas yang lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Objek Wisata Kampung Air terletak di Jalan Pemuda, Desa Sambonggede, Kecamatan Merakurak, Kabupaten Tuban, Provinsi Jawa Timur. Lokasinya berada di tengah permukiman penduduk dan dekat dengan jalan raya, sekolah, lapangan, serta fasilitas umum lainnya sehingga memiliki aksesibilitas yang baik. Dari pusat Kota Tuban, objek wisata ini dapat ditempuh sekitar



20 menit menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat dengan kondisi jalan yang telah beraspal.

Ditinjau dari perspektif geografi, Kampung Air memiliki nilai strategis dari aspek keruangan, kelingkungan, dan kewilayahan. Secara keruangan, lokasi yang dekat dengan permukiman dan fasilitas umum memudahkan wisatawan untuk berkunjung. Dari perspektif kelingkungan, keberadaan Kampung Air berhasil mengubah kawasan yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah ilegal menjadi kawasan wisata yang lebih bersih, indah, dan bernilai ekonomi. Sementara itu, dari perspektif kewilayahan, Kampung Air berperan sebagai daya tarik wisata yang mendukung peningkatan pendapatan desa, pengelola, serta masyarakat sekitar.

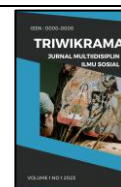
Kampung Air dibangun atas prakarsa Bapak Yemy Tristantono dan mulai dirintis sejak tahun 2015 sebelum resmi dibuka pada tahun 2017. Pembangunan objek wisata ini berawal dari inisiatif mengubah lokasi pembuangan sampah ilegal menjadi destinasi wisata berbasis air yang memanfaatkan keberadaan sumber air dan dam di Desa Sambonggede. Saat ini pengelolaan Kampung Air berada di bawah BUM Desa Bangkit Sambonggede yang telah memiliki badan hukum sehingga memiliki struktur organisasi dan tata kelola yang jelas.

Strategi Pengelolaan Objek Wisata Kampung Air Berdasarkan Analisis SWOT

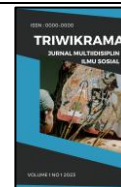
Berdasarkan informasi yang diperoleh selama penelitian berikut akan dipaparkan analisis untuk menjawab rumusan masalah tentang bagaimana strategi pengelolaan yang dapat digunakan untuk mengembangkan objek wisata dalam mengatasi kekurangan dan kelemahan yang ada pada objek wisata Kampung Air di Desa Kecamatan Merakurak Kabupaten Tuban.

Tabel 1 Matriks analisis SWOT Kampung Air

Faktor Internal (IFAS)	Stength (S)	Weakness (W)
	1. Menggunakan sumber air tanah yang bersih dan tidak menggunakan bahan kimia tambahan. 2. Kolam renang dengan kedalaman yang berbeda-beda sehingga pengunjung dapat memilih kedalaman sesuai usia 3. Lokasi yang strategis berada dekat jalan raya dan fasilitas penting lainnya. 4. Harga tiket yang terjangkau, sudah mencakup berbagai fasilitas dan diskon khusus. 5. Ketersediaan fasilitas yang menunjang kenyamanan seperti gazebo, kursi payung, dan pepohonan rindang. 6. Memiliki struktur organisai yang jelas. 7. Penanganan yang baik terhadap barang pengunjung	1. Tempat sampah tidak dipisahkan berdasarkan jenisnya. 2. Belum disediakan loker atau tempat khusus untuk menyimpan barang pengunjung. 3. Kondisi toilet dan ruang ganti yang kurang memadai. 4. Kondisi fasilitas ibadah yang belum memadai. 5. Menu makanan dan minuman kantin yang kurang bervariasi 6. Belum memaksimalkan marketing media sosial 7. Penghitungan jumlah pengunjung hanya dari penjualan tiket. 8. Ketersediaan lahan yang terbatas untuk pengembangan wisata



Faktor Eksternal (EFAS)	yang hilang. 8. Memiliki tingkat keamanan (<i>safety</i>) yang ketat sehingga belum pernah terjadi insiden yang fatal. 9. Sumber pemasukan yang beragam serta peneglolaan keuangan yang jelas. 10. Waktu berkunjung lebih fleksibel karena buka setiap hari termasuk akhir pekan dan hari libur. 11. Dukungan masyarakat sekitar terhadap objek wisata.	9. Proses pencairan dana untuk pengembangan wisata yang panjang dan bertahap.
Oppurtunities(O) 1. Terdapat rencana pembangunan wahana baru. 2. Bantuan dan program desa wisata dari pemerintah. 3. Peluang kerjasama dengan pihak sekolah, kursus dan pendidikan. 4. Peluang kerjasama dengan pihak swasta (investor, perusahaan dan UMKM).	Strategi (S-O) 1. Menggunakan dukungan masyarakat sekitar terhadap rencana pembangunan objek wisata (S11, O1) 2. Memanfaatkan struktur organisasi yang jelas dan sudah berbadan hukum untuk mempercepat pengajuan program bantuan desa wisata dari pemerintah. (S6,O2) 3. Menggunakan keunggulan berupa kualitas air yang bersih, keamanan yang baik dan variasi kedalaman kolam untuk menjalin kerjasama dengan pihak sekolah untuk bekerjasama membuat program yang ramah anak (S1,S2, S8, O3) 1. 4. Mengoptimalkan kualitas air yang bebas kaporit serta suasana sejuk dan asri yang untuk menarik minat perusahaan untuk berinvestasi di Kampung Air (S1, S5,O4).	Strategi (W-O) 1. Memprioritaskan menggunakan dana bantuan dari pemerintah untuk perbaikan fasilitas penting seperti toilet, ruang ganti dan tempat ibadah. (W3, W4, O2) 2. Memanfaatkan Peluang kerjasama dengan pihak sekolah, kursus dan pendidikan untuk memaksimalkan marketing. (W6, W3) 3. Memanfaatkan kerjasama dan dana CSR (Corporate Social Responsibility) untuk pengadaan loker dan tempat sampah terpilah dengan imbalan promosi perusahaan tersebut kepada pengunjung. (W1,W2, O4) 4. Bekerjasama dengan UMKM untuk pengadaan makanan dan minuman yang bervariasi dan bisa dijual di kantin Kampung Air (W5, O4).
Threats (T) 1. Persaingan dengan wisata air lain 2. Fluktuasi jumlah pengunjung yang disebabkan oleh kondisi ekonomi,	Strategi (S-T) 1. Menggunakan keunggulan utama berupa air alami tanpa bahan kimia dan standar keamanan tinggi untuk menghadapi persaingan	Strategi (W-T) 1. Mengoptimalkan strategi marketing lewat media sosial secara kreatif untuk menarik minat pengunjung ditengah persaingan dengan kompetitor. (W6, T1)



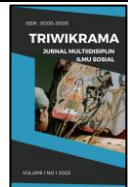
pandemi dan perubahan cuaca 3. Pergeseran tren wisata yang bisa menurunkan minat pengunjung.	dengan destinasi wisata lain (S1,S8,T1) 2. Menjaga kestabilan harga tiket dan memberikan diskon khusus saat terjadi fluktuasi ekonomi, pandemi dan perubahan cuaca (S4, T2) 3. Memanfaatkan sumber pendapatan yang beragam ditengah pergeseran tren wisata (S10, T2)	2. Mulai menggunakan sistem perhitungan jumlah pengunjung berbasis digital, termasuk penjualan tiket secara online untuk menjangkau lebih banyak pengunjung apabila terjadi perubahan kondisi ekonomi dan cuaca. (w7, T2) 3. Melakukan perbaikan pada toilet, ruang ganti dan tempat ibadah serta menambah pengadaan fasilitas penunjang seperti loker dan tempat sampah untuk menjaga loyalitas pengunjung pergeseran tren wisata (W1, W2, W3, W4, T3).
--	---	--

Hasil analisis dari masing-masing strategi pada matriks SWOT, adalah sebagai berikut:

1. Hasil Analisis Matriks SWOT Untuk Strategi (S-O)

Kampung Air bisa menggunakan semua kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan seluruh peluang yang ada sehingga bisa memaksimalkan potensinya dibidang pariwisata.

- Menggunakan dukungan masyarakat sekitar terhadap rencana pembangunan objek wisata (S11, O1). Meskipun warga sangat mendukung saat pembangunan Kampung Air namun tidak ada salahnya untuk mengadakan rapat koordinasi bersama warga setempat maupun perwakilan masyarakat. Tujuannya Adalah untuk melihat pendapat dan perspektif warga mengenai rencana pengembangan objek wisata. Dari pertemuan tersebut dapat disusun rencana pengembangan wahana yang kolaboratif serta membuka potensi ketenagakerjaan lokal untuk menjadi bagian dalam tim Kampung Air.
- Memanfaatkan struktur organisasi yang jelas dan sudah berbadan hukum untuk mempercepat pengajuan program bantuan desa wisata dari pemerintah (S6,O2). Dengan stsatus Kampung Air yang sudah berbadan hukum Kampung Air dapat mengajukan proposal untuk mengemabangkan wisata kepada pemerintah dan perusahaan. meski membutuhkan waktu, namun dengan menunjukan kemampuan pengeolaan dan status hukum Kampung Air yang jelas akan meningkatkan peluang terpilihnya Kampung Air untuk mendapat bantuan dana.
- Menggunakan keunggulan berupa kualitas air yang bersih, keamanan yang baik dan variasi kedalaman kolam untuk menjalin kerjasama dengan pihak sekolah untuk bekerjasama membuat program yang ramah anak (S1,S2, S8, O3). Dengan keunggulan Kampung Air dan Kerjasama dengan Lembaga pendidik bisa membuat program ramah anak seperti pelatihan berenang maupun pmenjadi tempat embelajaran luar sekolah. Kampung Air juga bisa menambah fasilitas berupa area pengumuman yang bisa digunakan untuk mencari anak yang terpisah dari rombongan atau sekolah.
- Mengoptimalkan kualitas air yang bebas kaporit serta suasana sejuk dan asri yang untuk menarik minat perusahaan untuk berinvestasi di Kampung Air (S1, S5,O4). Keunggulan



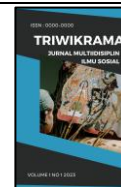
berupa air alami tanpa zat kimia ditambah dengan lingkungan yang asri yang mempunyai daya tarik tersendiri dapat dikemas menjadi paket wisata untuk perusahaan yang butuh tempat rekreasi untuk melepas penat bagi karyawannya. Pihak Kampung Air dapat menulis proposal maupun mempromosikan penawaran khusus kepada perusahaan tersebut.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi SO pada Objek Wisata Kampung Air diarahkan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal melalui optimalisasi kualitas air alami, dukungan masyarakat, struktur organisasi, serta kerja sama dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak swasta. Hasil tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian Yunita Rohmatul Umah (2023) yang juga memanfaatkan kekuatan internal sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan destinasi wisata. Namun, penelitian Yunita lebih menekankan pada pengembangan atraksi wisata, peningkatan fasilitas, dan perluasan promosi, sedangkan penelitian ini memberikan penekanan yang lebih besar pada pembangunan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan sebagai upaya memperkuat keberlanjutan pengelolaan wisata. Dengan demikian, temuan penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya melalui strategi kolaboratif yang disesuaikan dengan karakteristik Kampung Air sebagai wisata buatan yang dikelola oleh BUM Desa.

2. Hasil Analisis Matriks SWOT Untuk Strategi (W-O)

Dalam analisis ini Kampung Air bisa menerapkan strategi bersaing dengan memanfaatkan seluruh peluang yang berasal dari luar untuk mengatasi seluruh kelemahan yang dimiliki.

- a. Memprioritaskan penggunaan dana bantuan dari pemerintah untuk perbaikan fasilitas penting seperti toilet, ruang ganti dan tempat ibadah (W3, W4, O2). Dengan cara ini meskipun dana dari pemerintah terbatas namun dana tersebut bisa dialokasikan untuk hal yang lebih krusial seperti toilet, ruang ganti dan tempat ibadah daripada membuat wahana baru yang akan memakan biaya lebih besar.
- b. Memanfaatkan peluang kerjasama dengan pihak sekolah, kursus dan pendidikan untuk memaksimalkan marketing (W6, W3). Kerjasama dengan lembaga pendidik bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan Kampung Air dengan cara meminta murid yang jumlahnya banyak dari lembaga-lembaga tersebut untuk memberikan ulasan dan mengikuti akun sosial media Kampung Air. Pihak Kampung Air juga bisa meminta para murid untuk mempromosikan melalui mulut ke mulut ke keluarga dan teman dekat mereka.
- c. Memanfaatkan kerjasama dan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk pengadaan loker dan tempat sampah terpilah dengan imbalan promosi perusahaan tersebut kepada pengunjung (W1, W2, O4). Dengan cara ini Kampung Air bisa meningkatkan kenyamanan dan keamanan pengunjung melalui pengadaan loker dan tempat sampah. Sebagai timbal baliknya perusahaan tersebut bisa memenuhi kewajibannya kepada masyarakat melalui dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan mendapat hak promosi eksklusif untuk memasang logo perusahaan tersebut pada unit loker, badan tempat sampah dan papan pengumuman.
- d. Bekerjasama dengan UMKM untuk pengadaan makanan dan minuman yang bervariasi dan bisa dijual di kantin Kampung Air (W5, O4). Berdasarkan hasil wawancara banyak pengunjung yang mengeluhkan makanan kantin yang kurang bervariasi. Pengunjung juga menyarankan agar variasi makanan seperti sarapan dapat ditambahkan supaya pengunjung terutama anak-anak bisa makan sehat dan tidak hanya jajanan instan. Dengan adanya strategi ini pengunjung akan mendapatkan lebih banyak pilihan makanan seperti makanan



berat dan makanan sehat serta pihak Kampung Air akan mendapatkan lebih banyak pundi-pundi uang dari makanan yang terjual.

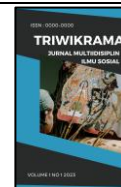
Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi W-O difokuskan pada pemanfaatan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal, antara lain melalui bantuan pemerintah, kerja sama dengan lembaga pendidikan, pemanfaatan dana CSR, dan kolaborasi dengan UMKM. Hasil tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian Supriadi (2022) yang juga menghasilkan alternatif strategi W-O sebagai upaya mengurangi kelemahan destinasi wisata melalui pemanfaatan peluang yang tersedia. Akan tetapi, penelitian ini memberikan uraian yang lebih operasional mengenai implementasi strategi, misalnya penggunaan dana bantuan untuk perbaikan fasilitas dasar, penyediaan loker melalui program CSR, serta penguatan pemasaran melalui kerja sama dengan lembaga pendidikan. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas hasil penelitian terdahulu dengan menyajikan langkah-langkah implementasi yang lebih rinci sesuai kondisi lapangan.

3. Hasil Analisis Matriks SWOT Untuk Strategi (S-T)

Kampung air dapat menerapkan yang menggunakan semua kekuatan yang dimilikinya untuk meminimalkan dampak dari semua ancaman yang datang dari luar.

- a. Menggunakan keunggulan utama berupa air alami tanpa bahan kimia dan standar keamanan tinggi untuk menghadapi persaingan dengan destinasi wisata lain (S1,S8,T1). Untuk mengatasi persaingan dengan objek wisata lain, Kampung Air bisa menggunakan keunggulannya berupa penggunaan air tanpa tambahan bahan kimia yang diganti setiap dua hari sekali bisa dimaksimalkan dengan mengganti air setiap hari saat pengunjung ramai supaya kesegarannya tetap terjaga. Kelebihan lain dibidang keamanan juga dapat ditingkatkan dengan menambah CCTV dan loker sehingga meminimalisir ancaman kehilangan. Prestasi keselamatan *zero accident* juga bisa ditingkatkan dengan mengadakan pelatihan bagi para penjaga.
- b. Menjaga kestabilan harga tiket dan memberikan diskon khusus saat terjadi fluktuasi ekonomi, pandemi dan perubahan cuaca (S4, T2). Berdasarkan hasil wawancara harga tiket Kampung Air sebenarnya sudah cukup murah karena sudah mencakup berbagai jenis wahana didalamnya dan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Namun jika terjadi hal seperti ekonomi, pandemi dan perubahan cuaca ekstrem, Kampung Air bisa memberikan diskon khusus kepada semua pengunjung. Dengan cara ini pengunjung biasa yang bukan warga Sambonggede maupun pengunjung tanpa rombongan bisa mendapatkan potongan harga dan tetap bisa berkunjung walaupun terjadi fluktuasi ekonomi.
- c. Memanfaatkan sumber pendapatan yang beragam ditengah pergeseran tren wisata (S10, T2). Apabila terjadi pergeseran trend wisata Kampung Air dapat memaksimalkan pendapatan dari sumber lain yang beragam. Sumber pendapatan tersebut antara lain pendapatan dari parkir sehingga Kampung Air dapat menambah rambu dan tanda supaya pendapatan dari parkir bisa maksimal. Pihak Kampung Air juga bisa menambah dan memperbaiki dan menambah fasilitas di aula supaya mendapat *income* lebih dari penyewaan aula.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi ST memanfaatkan kekuatan utama Kampung Air, seperti kualitas air alami, keamanan, harga tiket yang terjangkau, dan sumber pendapatan yang beragam untuk menghadapi persaingan serta perubahan kondisi pariwisata. Hasil tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian Nuraeni (2024) yang juga menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan destinasi dalam menghadapi ancaman eksternal.



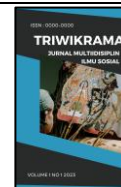
Penelitian Nuraeni lebih banyak memberikan perhatian pada penguatan promosi digital, aksesibilitas, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia, sedangkan penelitian ini memberikan penekanan pada optimalisasi keunggulan yang telah dimiliki destinasi sebagai strategi mempertahankan daya saing. Dengan demikian, kedua penelitian memiliki tujuan yang sama, tetapi memberikan sudut pandang yang saling melengkapi sesuai karakteristik objek wisata yang diteliti.

4. Hasil Analisis Matriks SWOT Untuk Strategi (W-T)

Meski terdapat ancaman dan kelemahan di Kampung Air namun kelemahan yang berasal dari dalam tersebut dapat diminimalkan serta mencegah semua ancaman yang datang dari luar dengan menerapkan strategi defensif ini.

- a. Mengoptimalkan strategi marketing lewat media sosial secara kreatif untuk menarik minat pengunjung ditengah persaingan dengan kompetitor (W6, T1). Pihak Kampung Air. Bisa memaksimalkan marketing lewat sosial media dengan cara membuat akun khusus untuk Kampung Air yang terpisah dari akun BUM Desa sehingga publik bisa lebih mudah mencari informasi. Dengan begitu, Kampung Air bisa menunjukkan kelebihan-kelebihannya seperti air koalm jernih tanpa tambahan bahan kimia serta keamanan yang baik dengan prestasi *zero accident* sehingga bisa unggul ditengah persaingan dengan kompetitor.
- b. Mulai menggunakan sistem perhitungan jumlah pengunjung berbasis digital, termasuk penjualan tiket secara online apabila terjadi perubahan kondisi ekonomi dan cuaca (w7, T2). Perhitungan jumlah pengunjung berbasis digital akan bisa melacak dan memetakan pengunjung dengan lebih akurat sehingga pihak Kampung Air bisa menentukan langkah yang tepat. Sedangkan penjualan tiket secara online akan memudahkan pengunjung untuk membatalkan maupun menjadwalkan ulang apabila pengunjung tersebut berubah pikiran karena perubahan cuaca.
- c. Melakukan perbaikan pada toilet, ruang ganti dan tempat ibadah serta menambah pengadaan fasilitas penunjang seperti loker dan tempat sampah untuk menjaga *loyalitas* pengunjung pergeseran tren wisata (W1, W2, W3, W4, T3). Berdasarkan hasil wawancara, Kampung Air memiliki pengunjung yang cukup setia dan sering pergi ke Kampung Air. Untuk menjaga kesetiaan pengunjung, Kampung Air bisa melakukan perbaikan pada fasilitas yang sudah ada toilet, ruang ganti dan tempat ibadah. Serta menambah fasilitas penunjang seperti loker dan tempat sampah terpilah yang belum ada di Kampung Air sehingga pengunjung tersebut akan merasa lebih nyaman dan tidak bosan sehingga tidak pergi ke objek wisata lain apabila terjadi pergeseran tren wisata.

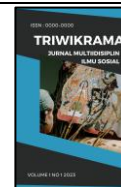
Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi WT diarahkan pada upaya meminimalkan kelemahan sekaligus mengantisipasi ancaman melalui peningkatan fasilitas, digitalisasi pengelolaan pengunjung, penjualan tiket secara daring, dan optimalisasi promosi media sosial. Temuan tersebut dapat dibandingkan dengan penelitian Eka Puspita Dewi (2021) yang membahas pengembangan objek wisata dalam kaitannya dengan peningkatan ekonomi masyarakat. Jika penelitian Eka Puspita Dewi lebih menyoroti dampak yang dihasilkan setelah pengembangan objek wisata dilakukan, penelitian ini lebih memfokuskan pada penyusunan strategi pengelolaan yang dapat menjadi dasar untuk mewujudkan pengembangan tersebut. Dengan demikian, kedua penelitian saling melengkapi, di mana penelitian ini memberikan rekomendasi strategis yang dapat mendukung tercapainya manfaat ekonomi.



4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh narasumber yang terdiri atas lima orang pengelola internal Kampung Air dan lima orang pengunjung, serta didukung oleh hasil observasi dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa Kampung Air merupakan objek wisata buatan yang memiliki daya tarik bagi pengunjung. Pengelolaan Kampung Air dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dianalisis menggunakan matriks SWOT. Faktor internal meliputi kekuatan berupa kualitas air tanah yang bersih tanpa bahan kimia, variasi kedalaman kolam, lokasi yang strategis, harga tiket yang terjangkau, fasilitas pendukung yang memadai, struktur organisasi yang jelas, sistem keamanan yang baik, pengelolaan keuangan yang tertata, waktu operasional yang fleksibel, serta dukungan masyarakat sekitar. Adapun kelemahannya meliputi pengelolaan sampah yang belum terpilah, belum tersedianya loker penyimpanan, kondisi toilet, ruang ganti, dan tempat ibadah yang kurang memadai, variasi menu kantin yang terbatas, promosi melalui media sosial yang belum optimal, pendataan pengunjung yang masih sederhana, keterbatasan lahan untuk pengembangan, serta proses pencairan dana yang relatif panjang. Sementara itu, faktor eksternal menunjukkan adanya peluang berupa rencana pembangunan wahana baru, dukungan program desa wisata dari pemerintah, serta potensi kerja sama dengan sekolah, lembaga pendidikan, investor, perusahaan, dan UMKM. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan destinasi wisata air lainnya, fluktuasi jumlah pengunjung akibat kondisi ekonomi, pandemi, maupun cuaca, serta perubahan tren wisata.
2. Hasil analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi utama (S-O) yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan keunggulan kualitas air yang bersih, tingkat keamanan yang tinggi, dan variasi kedalaman kolam untuk menjalin kerja sama dengan sekolah dalam penyelenggaraan program wisata ramah anak serta menarik minat investor melalui keunggulan lingkungan yang alami, sejuk, dan bebas kaporit. Strategi W-O diarahkan pada pemanfaatan bantuan pemerintah untuk meningkatkan fasilitas prioritas seperti toilet, ruang ganti, dan tempat ibadah. Strategi S-T menekankan pemanfaatan keunggulan air alami dan standar keamanan yang tinggi sebagai pembeda dalam menghadapi persaingan dengan objek wisata lain, sedangkan strategi W-T berfokus pada penguatan promosi melalui media sosial secara kreatif untuk meningkatkan daya tarik Kampung Air dan mempertahankan jumlah pengunjung di tengah persaingan destinasi wisata.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada aspek data, waktu, dan cakupan analisis yang hanya berfokus pada penerapan analisis SWOT dalam perspektif geografi untuk merumuskan strategi pengelolaan Kampung Air. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian dengan pendekatan, metode, dan ruang lingkup yang lebih luas, seperti analisis daya dukung lingkungan, kebijakan, serta dampak sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, masyarakat diharapkan terus berpartisipasi dalam menjaga kebersihan, kelestarian, dan fasilitas wisata serta memanfaatkan peluang ekonomi melalui pengembangan usaha di sekitar kawasan wisata. Bagi pengelola, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar dalam menerapkan strategi pengelolaan secara bertahap, adaptif, dan berkelanjutan. Sementara itu, pemerintah diharapkan memperkuat sinergi dengan pengelola dan masyarakat melalui kebijakan, pendampingan, pelatihan, serta dukungan terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan agar Kampung Air dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata yang memberikan manfaat bagi lingkungan, masyarakat, dan perekonomian daerah.



5. DAFTAR PUSTAKA

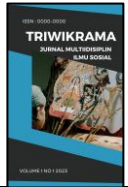
- Abae, I., & Royali, A. S. (2025). *Ekonomi Regional: Dinamika Ketimpangan, Integrasi Daerah, dan Inovasi Daerah*. CV Detak Pustaka.
- Adyasari, D., Pratama, M. A., Teguh, N. A., Sabdaningsih, A., Kusumaningtyas, M. A., & Dimova, N. (2021). Anthropogenic impact on Indonesian coastal water and ecosystems: Current status and future opportunities. *Marine Pollution Bulletin*, 171, 112689. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112689>
- Auliah, I., Selintung, M., & Syafri, S. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Urban and Regional Studies Journal*, 5(1), 9-14. <https://doi.org/10.35965/ursj.v5i1.1961>
- Database Peraturan. (2025). Pemerintahan Daerah Kabupaten di Jawa Timur. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/64024/uu-no-12-tahun-1950>
- Eraku, S. S., & Baruadi, M. K. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam mengelola Kawasan ekowisata mangrove dan konservasi lingkungan berbasis kearifan lokal Desa Hutamonu Kabupaten Boalemo. *PROFICIO*, 6(1), 456-462. <https://doi.org/10.36728/JPF.V6i1.4249>
- Hasanah, H. (2021). Peningkatan Minat Belajar pada Materi Interaksi Desa Kota Melalui Model Cooperative Learning Tipe STAD di SMA Negeri 5 Pamekasan. *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, 10(1), 102-122. <https://doi.org/10.32806/jf.v10i1.442>
- Hermiyanto, B., Mawarni, C., Winarso, S., & Budiman, S. A. (2025). Soil quality assessment and land capability evaluation for determining integrated watershed management model through SWOT analysis and AHP method in Arjasa Sub-watershed, Indonesia. *Watershed Ecology and the Environment*, 7, 104-118. <https://doi.org/10.1016/j.wsee.2025.02.001>
- Insani, A. A., & Haryono, E. (2025). Geodiversity hotspot and SWOT-TOWS-AHP assessment for regional geoconservation strategies in Kulon Progo Regency, Aspiring Jogja Geopark, Indonesia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 13(1), 144-165. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2025.02.002>
- Jeelani, P., & Shah, S. A. (2024). Strategic insights for sustainable tourism development in Kashmir Valley: SWOT and QSPM analysis. *Environmental Development*, 52, 101092. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2024.101092>
- Kementerian Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif. (2023). Pedoman Penyusunan Rencana Induk Pengembangan Daya Tarik Wisata. <https://jdih.kemenparekraf.go.id/peraturan/1246>
- Maliki. (2023). Ekowisata SILOWO banjir pengunjung saat musim liburan. Info Publik Kabupaten Tuban. <https://www.infopublik.id/kategori/nusantara/756902/ekowisata-silowo-banjirpengunjung-saat-musim-liburan>
- Purboyo, A. A., Ramadan, A. H., Arifin, E. T., Noviandi, I. E., & Arizqi, M. (2024). Pemanfaatan Penginderaan Jauh dan Sistem Informasi Geografis untuk Identifikasi Morfometri di DAS Ciliwung. *Aerospace Engineering*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.47134/aero.v1i1.2322>
- Subekti. (2022). Omicron susutkan kunjungan wisata Kampung Air Merakurak. <https://www.wartakini.co/2022/03/omicron-susutkan-kunjungan-wisata-kampung-airmerakurak/>

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial

Volume 12 No 3, Tahun 2026

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:



Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, Interaktif, dan Konstruktif). Alfabeta.

Utama, I. G. A. R., Mahadewi, N. M. E., & Krismawintari, N. P. D. (2023). Metodologi Penelitian Bidang Manajemen dan Pariwisata. Deepublish.

*Corresponding author

E-mail addresses: masruhmatul.19053@mhs.unesa.ac.id