

Strategi Pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Ismi Dwi Kartika¹⁾, Ahmad Riyadh Umar Balahmar²⁾

¹⁾Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: riyadh_ub@umsida.ac.id

Abstract. *This study seeks to examine appropriate approaches for advancing Duck and Salted Egg Village Tourism in Kebonsari Village, Candi District, Sidoarjo Regency, and to assess its influence on local economic conditions tourism development strategy indicators including accessibility, attractions, amenities, promotions and institutions. The research results show that access to tourist locations is quite good and easy to reach, but there is still a lack of directions and parking areas. Tourist attractions in the form of education on duck farming and making salted eggs have a unique appeal, but still need innovation. Tourism support facilities are not yet complete so visitor comfort is not optimal. Tourism promotion is still simple and does not utilize digital media optimally. Apart from that, tourism management institutions are not yet officially structured. However, this tourism is able to increase sales of salted eggs and local businesses in the surrounding community.*

Keywords -Tourism Village, Development Strategy, Educational Tourism, Local Potential.

Abstrak. *Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji langkah-langkah yang dapat diterapkan dalam meningkatkan pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin di Desa Kebonsari., serta dampaknya terhadap perekonomian masyarakat. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan indikator strategi pengembangan pariwisata meliputi aksesibilitas, atraksi, amenities, promosi, dan kelembagaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses menuju lokasi wisata cukup baik dan mudah dijangkau, namun masih kurang petunjuk arah dan area parkir. Atraksi wisata berupa edukasi peternakan bebek dan pembuatan telur asin memiliki daya tarik khas, tetapi masih perlu inovasi. Fasilitas pendukung wisata belum lengkap sehingga kenyamanan pengunjung belum optimal. Promosi wisata masih sederhana dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Selain itu, kelembagaan pengelolaan wisata belum terstruktur secara resmi. Meski demikian, wisata ini mampu meningkatkan penjualan telur asin dan usaha lokal masyarakat sekitar.*

Kata Kunci - Desa Wisata, Strategi Pengembangan, Wisata Edukatif, Potensi lokal.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata bidang tersebut menjadi komponen penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi baik pada tingkat nasional maupun regional COVID-19 melanda. Selain kontribusi makro, pariwisata juga berperan penting dalam memperkuat pembangunan inklusif di tingkat lokal melalui pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Dalam konteks ini, desa-desa di Indonesia menjadi sasaran strategis untuk diarahkan menjadi kawasan wisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat ekonomi desa, tetapi juga mempromosikan nilai-nilai budaya lokal yang autentik.

Pengembangan desa wisata merupakan bentuk inovasi dalam sektor pariwisata yang menggabungkan unsur edukasi, rekreasi, dan ekonomi masyarakat. Desa wisata menawarkan pengalaman yang berbeda dibandingkan wisata konvensional karena menampilkan keaslian kehidupan pedesaan, kearifan lokal, dan potensi sumber daya alam atau produk unggulan desa. salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam pengelolaan desa wisata diterapkan pendekatan CBT yang menempatkan warga sebagai unsur sentral dalam pengelolaan destinasi [1]. Pencapaian pengembangan kawasan wisata desa tidak semata ditentukan oleh pesona lingkungan, melainkan turut dipengaruhi oleh kapasitas warga setempat untuk mengelola, mempromosikan, dan menciptakan atraksi yang unik serta edukatif. Dalam konteks ini, potensi lokal seperti pertanian, peternakan, dan hasil olahan khas daerah dapat menjadi pilar utama dalam pengembangan wisata tematik yang berkelanjutan[2].

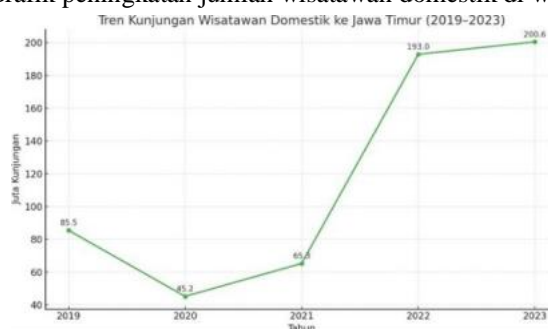
Dari sisi kebijakan, pemerintah pusat juga telah mendorong pengembangan desa wisata sebagai bagian dari program prioritas nasional. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merencanakan program 244 desa wisata mandiri pada tahun 2024 sebagai upaya diversifikasi pariwisata Indonesia ke wilayah-wilayah pedesaan [3]. Selaras dengan itu kementerian desa menekankan pentingnya integrasi antara BUMDes dan pengembangan desa wisata agar

memberikan dampak nyata terhadap perekonomian masyarakat desa. Namun sayangnya, dari ribuan desa di Indonesia, hanya sebagian kecil yang mampu mengembangkan desa wisata secara optimal. Hambatan umum yang dihadapi antara lain kurangnya inovasi produk wisata, lemahnya kapasitas SDM, belum adanya perencanaan jangka panjang, serta terbatasnya promosi digital.

Maka dari itu dukungan regulasi dari pemerintah juga menjadi dasar hukum penting bagi pengembangan desa wisata. Salah satunya adalah Ketentuan hukum Nomor 10 Tahun 2009 yang mengatur bidang pariwisata, yang menegaskan bahwa masyarakat memiliki hak dan kesempatan luas untuk berpartisipasi dalam kegiatan kepariwisataan, termasuk dalam pengelolaan objek dan daya tarik wisata secara mandiri. Dan dalam konteks pembangunan ekonomi desa, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang cipta kerja juga mendukung kemudahan usaha bagi sektor informal dan UMKM, termasuk unit usaha desa seperti wisata edukatif dan kuliner lokal.

Dalam konteks pengembangan pariwisata yang inklusif dan berbasis potensi lokal, setiap daerah di Indonesia memiliki peluang untuk mengembangkan karakteristik wisatanya masing-masing. Salah satu provinsi yang menarik perhatian besar terhadap penguatan sektor pariwisata lokal sebagai penggerak ekonomi masyarakat adalah provinsi Jawa Timur. Provinsi ini memiliki keunggulan dari sisi lokasi, aksesibilitas, keragaman budaya, serta potensi sumber daya alam dan manusia yang tinggi. Menurut data BPS Jawa Timur (2023), terdapat peningkatan signifikan kunjungan wisatawan domestik ke berbagai destinasi di Jawa Timur. Pemerintah provinsi juga mendorong pengembangan desa wisata melalui sinergi dengan program-program kementerian dan kabupaten/kota. Hal ini diperkuat dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Jawa Timur 2019-2024, yang mencantumkan pengembangan desa wisata sebagai bagian dari strategi pembangunan inklusif dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Gambar 1. Grafik peningkatan jumlah wisatawan domestik di wisata Jawa Timur



Sumber : Diolah dari Badan Pusat Statistika Jawa Timur (BPS) 2023

Grafik peningkatan jumlah wisatawan domestik di Jawa Timur menurut BPS 2023 memperlihatkan tren kenaikan kunjungan wisatawan domestik ke berbagai destinasi di provinsi ini. Pola garis pada grafik menunjukkan adanya penurunan tajam pada masa puncak pandemi (tahun 2020–2021), diikuti oleh fase pemulihan yang semakin kuat mulai tahun 2022 dan berlanjut sampai 2023, sehingga total kunjungan domestik pada 2023 berada pada level yang lebih tinggi dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Kenaikan ini umumnya didorong oleh pelonggaran pembatasan mobilitas, peningkatan minat wisatawan domestik terhadap destinasi yang lebih dekat dan berbasis komunitas, serta upaya promosi pariwisata oleh pemerintah daerah dan pelaku pariwisata yang semakin intensif. Grafik tersebut juga biasanya menampilkan fluktuasi musiman puncak kunjungan pada masa liburan dan akhir tahun yang menegaskan karakteristik pariwisata domestik yang sangat dipengaruhi kalender liburan nasional dan regional.

Tingkatan kunjungan domestik membuka peluang ekonomi bagi destinasi-destinasi berbasis desa, termasuk munculnya permintaan baru terhadap atraksi edukatif, kuliner khas, dan pengalaman lokal yang autentik. Bagi pembuat kebijakan dan pelaku lokal, tren ini menuntut kesiapan infrastruktur, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan kapasitas SDM, serplikasi dari tren kenaikan ini penting bagi perencanaan dan strategi pengembangan pariwisata daerah. Peningkatan strategi promosi yang menargetkan segmen domestik yang mencari pengalaman budaya dan edukasi. Kenaikan wisatawan domestik juga menegaskan urgensi memperkuat kelembagaan pengelola desa wisata dan sinergi antara pemerintah kabupaten/kota, agen pariwisata, dan komunitas lokal agar manfaat ekonomi dapat dinikmati lebih merata oleh masyarakat setempat.

Dan seiring dengan upaya pemerintah provinsi Jawa Timur dalam mendorong pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal, sejumlah kabupaten/kota di wilayah ini turut mengambil peran strategis. Salah satunya adalah kabupaten Sidoarjo yang memiliki posisi strategis dan aksesibilitas tinggi sebagai daerah penyangga kota Surabaya. Kabupaten ini dikenal dengan potensi industri kecil menengah, sentra kerajinan, serta hasil olahan pangan seperti ikan bandeng asap, kerupuk udang, dan telur asin. Sektor pariwisata di Sidoarjo masih dalam tahap pengembangan, namun memiliki prospek yang cukup menjanjikan, terutama pada skala lokal dan regional. Beberapa desa di Sidoarjo telah mencoba menerapkan konsep kampoeng tematik sebagai upaya diversifikasi ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Namun, pengembangan kondisi tersebut tetap menemui sejumlah hambatan di antaranya minimnya inovasi promosi, keterbatasan infrastruktur, dan belum optimalnya peran kelembagaan lokal [4].

Tabel 1. Data Desa Wisata di Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama Desa Wisata	Penjelasan
1	Desa Candi Pari	Desa wisata sejarah dan budaya, yang memiliki candi pari dan candi sumur, serta budaya ludruk.
2	Desa Ponokawan	Menawarkan wisata budaya dan alam, termasuk dalam program pengembangan desa unggulan.
3	Desa Tlocor	Lokasi pulau sarinah dengan wisata mangrove dan kawah lumpur.
4	Desa Pagerngumbuk (Kampung lali gadget)	Desa edukasi tradisional tanpa gadget, dengan outbound dan permainan budaya tradisional.
5	Desa Lumpur Lapindo	Wisata edukasi lumpur lapindo.
6	Desa Kebaron	Agrowisata petik jambu dengan berbagai varietas, terdaftar sebagai desa wisata berkembang.
7	Desa Penambangan (Sido Resik)	Wisata sungai dan edukasi lingkungan.
8	Desa Jetis (Kampoeng Batik Jetis)	Sentra kerajinan batik khas Sidoarjo yang juga destinasi edukatif.
9	Desa Prambon (Wisata alas prambon)	Wisata keluarga yang berbasis alam dan edukasi anak-anak.
10	Desa Kebonsari (Kampung Bebek dan Telur Asin)	Sentra peternakan bebek dan produksi telur asin yang sudah dikenal nasional dan simbol ketahanan pangan sejak 2010.

Sumber : Diolah dari jadesta.kememparekraf.go.id

Salah satu wilayah pedesaan di Sidoarjo memiliki peluang luas untuk diarahkan menjadi tujuan kunjungan wisata adalah Desa Kebonsari yang terletak di Kecamatan Candi. Desa ini dikenal dengan dua komoditas unggulan yang telah menjadi identitas lokal yaitu, sentra peternakan bebek dan produksi telur asin yang telah berlangsung secara turun-temurun. Dan desa ini juga sudah diresmikan pada tahun 2010 oleh bapak bupati Sidoarjo Win Hendarso, Sebagai Desa Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin. Serta sudah meraih penghargaan tingkat nasional dalam lomba ketahanan pangan dan menjadikannya salah satu ikon Sidoarjo [5]. Produksi telur asin di desa ini bukan hanya sebatas aktivitas ekonomi rumah tangga, namun telah menjadi identitas lokal yang melekat pada masyarakatnya. Selain itu, usaha ternak bebek pedaging dan petelur juga menyongkong kehidupan sebagian besar warga. yang menjadikan sektor ini memiliki peluang besar untuk ditingkatkan sebagai objek kunjungan wisata berbasis edukasi dan pengalaman langsung. Misalnya wisatawan diajak langsung mengunjungi kandang bebek, belajar proses pengasinan telur, serta menikmati olahan khas berbasis telur asin yang dibuat oleh masyarakat setempat [6].

Saat ini, Desa Kebonsari telah memiliki beberapa fasilitas pendukung wisata seperti area produksi telur asin, kandang peternakan bebek, pusat penjualan produk olahan, serta akses jalan yang cukup memadai untuk transportasi sepeda motor ataupun mobil. Di samping itu, penduduk setempat turut mulai terlibat dalam aktivitas wisata melalui kegiatan produksi, pelayanan kepada pengunjung, dan penjualan produk UMKM berbasis telur asin. Namun, kondisi eksisting di lapangan menunjukkan bahwa pengelolaan wisata masih belum optimal karena beberapa fasilitas penunjang seperti papan informasi, spot edukasi wisata, area parkir, dan sarana promosi digital masih terbatas. Aktivitas wisata juga cenderung ramai hanya pada waktu tertentu dan belum dikelola secara berkelanjutan sebagai paket wisata terpadu.

Gambar 2. Wisatawan melihat dan belajar secara langsung pembuatan telur asin



Sumber : <https://kampungbebek.com/listarticle>.

Gambar di atas memperlihatkan aktivitas pembuatan telur asin oleh masyarakat Desa Kebonsari. Kegiatan ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi warga, tetapi juga menjadi salah satu atraksi unggulan yang

memperlihatkan keterampilan dan kearifan lokal dalam mengolah hasil ternak. Proses pengasinan telur biasanya dilakukan secara tradisional dengan menggunakan bahan alami seperti abu gosok dan garam, yang kemudian dikembangkan menjadi kegiatan edukatif bagi pengunjung. Melalui dalam aktivitas tersebut, pengunjung tidak sekadar menjadi pengamat, melainkan turut dapat berpartisipasi langsung, sehingga menambah nilai pengalaman (*experiential tourism*) dan memperkuat citra Desa Kebonsari sebagai desa wisata tematik. Selain didukung oleh potensi produk dan aktivitas ekonomi yang khas, pengelolaan Kampung Wisata Bebek dan Telur Asin juga memiliki struktur kelembagaan yang dikelola oleh para peternak bebek dan telur asin yang bernama “sumber pangan”. Struktur ini mencerminkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang sistematis antara pengelola, pemerintah desa, dan masyarakat setempat [7].

Namun demikian, pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin masih memiliki berbagai kendala seperti 1) masih terbatasnya infrastruktur yang memadai di Desa wisata ini. 2) kegiatan promosi masih menggunakan pendekatan dasar dan belum memanfaatkan platform digital secara maksimal. 3) lemahnya kapasitas SDM dalam hal pengembangan desa wisata. Dengan demikian diperlukan pendekatan yang dapat mengintegrasikan berbagai sumber daya daerah, dukungan kebijakan, serta inovasi pemasaran dan pengemasan produk wisata untuk menjadikan Desa Kebonsari sebagai kampung wisata yang berbasis bebek dan telur asin. Dan Strategi pengembangan yang dapat dilakukan meliputi peningkatan kualitas infrastruktur wisata seperti penyediaan fasilitas pendukung, penataan kawasan wisata, dan pengembangan sarana edukasi bagi pengunjung. Selain itu, diperlukan penguatan promosi berbasis digital melalui media sosial dan platform wisata untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat luas. Pengembangan kapasitas SDM juga perlu dilakukan melalui pelatihan pengelolaan desa wisata, pelayanan wisatawan, dan inovasi produk olahan berbasis telur asin agar masyarakat mampu berpartisipasi secara aktif dalam pengembangan wisata [8]. Di sisi lain, kerja sama antara pemerintah desa, kelompok pengelola, dan masyarakat perlu diperkuat guna menciptakan pengelolaan wisata yang berkelanjutan dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kebonsari.

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini antara lain dari Rahmad Awang Samodra dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Kreatif Kampung Bebek dan Telur Asin di Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo” pada tahun 2020 Penelitian tersebut menerapkan pendekatan kualitatif berbentuk pemaparan fenomena dengan memperoleh informasi melalui kegiatan wawancara, pengamatan lapangan, dan pengumpulan arsip pendukung. Temuan studi digunakan sebagai dasar penyusunan langkah pengembangan destinasi yang sejalan dengan konsep wisata kreatif di Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. Sasaran penelitian dicapai melalui empat proses kajian yang meliputi pemetaan karakteristik wisata kreatif bebek dan telur asin, penilaian prioritas serta performa sektor wisata menurut pandangan pengunjung dengan pendekatan IPA, hingga penyusunan rekomendasi pengembangan melalui proses triangulasi data.[9]. Selain itu ada juga penelitian lain yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu dari Arif Syaifudin dengan judul “Model pemberdayaan masyarakat Penelitian yang dilaksanakan di Kampung Bebek dan Telur Asin, Desa Kebonsari, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2022 menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan proses pengumpulan data berupa wawancara, pengamatan lapangan, serta dokumentasi. Temuan menunjukkan kapasitas sumber daya dalam kelompok peternak masih terbatas sehingga pelaksanaan pengelolaan belum optimal. Berdasarkan dimensi kelembagaan, tata kelola, struktur organisasi, dan pemahaman substansi, peran kelompok sebagai penggerak perubahan belum terlaksana secara efektif serta pemahaman mengenai pemberdayaan masih rendah.[10]. Penelitian lain yang digunakan sebagai rujukan dalam kajian ini dilakukan oleh Dionysius Herman Kristianto dan Arwi Yudhi Koswara melalui penelitian berjudul “Arahan Pengembangan Kawasan Ekowisata Mangrove Gunung Anyar Surabaya” pada tahun 2021 dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, survei, serta observasi lapangan. Hasil penelitian menghasilkan 20 rekomendasi pengembangan kawasan ekowisata tersebut, di antaranya peningkatan area pembibitan mangrove serta penyediaan sarana Smart Green House untuk mendukung aktivitas edukasi wisatawan.[11].

Maka, berdasarkan permasalahan yang muncul maka penulis akan menganalisis mengenai Strategi Pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Kebonsari dengan menggunakan Teori Strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper (2008). Teori Strategi pengembangan pariwisata merupakan pendekatan yang digunakan untuk merancang langkah-langkah sistematis dalam membangun dan mengembangkan sektor pariwisata secara berkelanjutan. Strategi pengembangan pariwisata tidak hanya menitikberatkan pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga pada penciptaan sistem pariwisata yang menyeluruh mulai dari perencanaan wisata hingga penguatan kelembagaan. Teori Strategi pengembangan pariwisata Cooper (2008). mencakup beberapa indikator penting yang menjadi dasar keberhasilan pengembangan, yaitu 1) aksesibilitas (yang mengacu pada kemudahan wisatawan dalam menjangkau lokasi wisata). 2) atraksi (berkaitan dengan daya tarik utama yang ditawarkan). 3) amenitas (mencakup fasilitas pendukung yang meningkatkan kenyamanan wisatawan). 4) promosi (berfokus pada upaya pemasaran agar dikenal luas ke masyarakat). 5) kelembagaan (menyangkut struktur pengelolaan dan koordinasi antar pihak yang terlibat) [12]. Maka, melalui kelima indikator tersebut teori strategi pengembangan pariwisata akan memberikan kerangka yang komprehensif untuk merancang dan mengevaluasi

kebijakan pariwisata yang tidak semata-mata menitikberatkan pada peningkatan, melainkan turut memperhatikan kesinambungan serta pemberdayaan masyarakat lokal.

II. METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan penekanan pada kajian deskriptif guna menguraikan secara komprehensif upaya pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Kebonsari, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat memahami berbagai proses, dinamika, serta kondisi yang terjadi di lapangan terkait pengembangan wisata berbasis masyarakat [13]. Lokasi penelitian ini berada di Desa Kebonsari, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive karena Desa Kebonsari merupakan kawasan yang telah ditetapkan sebagai Kampung Wisata Bebek dan Telur Asin serta menjadi salah satu ikon wisata tematik di Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, desa ini memiliki potensi ekonomi melalui peternakan bebek dan produksi telur asin yang dikembangkan sebagai wisata edukasi berbasis masyarakat lokal. Pada penelitian ini digunakan metode purposive sampling, yakni pemilihan narasumber melalui kriteria khusus untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam sesuai kebutuhan penelitian [14]. Informan dalam penelitian ini meliputi sekretaris desa, ketua kelompok peternak bebek dan telur asin “Sumber Pangan”, dan pengrajin telur asin.

Penghimpunan data dilakukan menggunakan pengamatan lapangan, proses tanya jawab, serta pengumpulan dokumen. Pengamatan digunakan untuk mengidentifikasi kondisi aktual wilayah wisata beserta keterlibatan masyarakat dalam pengembangannya. Proses wawancara dilakukan kepada pihak yang memiliki peran langsung dalam pengelolaan kawasan wisata, sedangkan dokumen dipakai sebagai pelengkap data berupa foto, arsip, serta dokumen pendukung lainnya [15]. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti jurnal, artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dokumen, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian. Fokus penelitian ini adalah strategi pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yang dianalisis menggunakan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper (2008), yaitu meliputi aspek aksesibilitas, atraksi, amenitas, promosi, dan kelembagaan. Kelima indikator tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana pengembangan wisata pelaksanaan kegiatan beserta pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Dalam pengolahan data digunakan model Miles dan Huberman (1984) yang meliputi pengumpulan data, penyederhanaan informasi, penyajian data secara deskriptif, serta perumusan kesimpulan berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dianalisis sesuai rumusan masalah penelitian [16].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penguatan desa wisata sebagai salah satu pendekatan pembangunan yang memanfaatkan sumber daya daerah memerlukan pendekatan holistik yang mencakup aspek fisik, sosial, kelembagaan, dan teknologi. Desa Kebonsari Candi Kabupaten Sidoarjo, merupakan salah satu desa yang tengah berupaya mengembangkan potensi lokal melalui wisata edukatif berbasis peternakan bebek dan produksi telur asin. Namun, masih terdapat permasalahan yang menjadi penghambat dalam mengembangkan desa wisata ini yaitu, masih terbatasnya infrastruktur yang memadai di Desa wisata ini, kegiatan promosi masih bersifat sederhana dan belum menjangkau media digital secara optimal, dan lemahnya kapasitas SDM dan lemahnya kapasitas SDM dalam hal pengembangan desa wisata. Maka dari itu dalam penelitian ini, permasalahan tersebut akan dianalisis menggunakan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper. yang mencakup lima indikator penting yaitu, 1) Aksesibilitas, 2) Atraksi (daya tarik wisata), 3) Amenitas (fasilitas pendukung), 4) Promosi dan pemasaran, serta 5) Kelembagaan. Melalui perspektif teori strategi pengembangan pariwisata [15]. penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi tingkat kesiapan serta efektivitas pengelolaan wisata kampung bebek dan telur asin dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta meningkatkan partisipasi masyarakat.

1. Aksesibilitas

Teori strategi pengembangan pariwisata yang dikemukakan oleh Cooper dengan salah satu indikatornya yaitu aksesibilitas yang mengacu pada bagaimana kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata, baik dari segi kondisi infrastruktur jalan, transportasi umum, maupun petunjuk arah yang tersedia. Dalam hal ini, yang menjadi sorotan dalam aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai lokasi wisata. Keberadaan jalur yang efisien dan mudah diakses merupakan salah satu syarat mutlak dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan suatu destinasi wisata serta faktor yang mempengaruhi minat kunjungan dan kenyamanan pengunjung. Berdasarkan wawancara dengan bapak Ari selaku Sekretaris Desa Kebonsari menyebutkan bahwa :

"untuk akses jalan menuju wisata kampung bebek dan telur asin ini sudah sangat mudah yaitu bisa melalui jalur utama lingkaran timur dan menuju ke Rt.02 Rw.03, atau bisa juga dari arah Desa Klurak." (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Hal tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata ini sudah memiliki keunggulan yang terhubung secara fungsional dengan jalan utama, serta memiliki akses alternatif melalui wilayah lain. ini merupakan kondisi yang sangat mendukung, karena hal ini bisa menjadi kesan pertama yang positif bagi pengunjung. dan adanya lebih dari satu jalur yang menuju lokasi juga menjadi bentuk fleksibilitas dalam pengelolaan arus kunjungan. Meskipun kemudahan akses secara umum telah teridentifikasi, hal ini belum sepenuhnya menjamin kenyamanan dan keselamatan apabila infrastruktur pendukung tidak berada dalam kondisi yang optimal. Oleh karena itu, kualitas jalan menuju lokasi wisata menjadi perhatian penting dalam konteks pengembangan destinasi secara berkelanjutan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

" untuk infrastruktur jalan, pemerintah desa sudah secara aktif melakukan perbaikan jalan secara menyeluruh karena di desa ini ada wilayah yang masih sering terkena banjir sehingga bisa menghambat pelaku usaha untuk berkembang. Dan pada tahun 2024 juga dapat bantuan dari bank jatim untuk memperbaiki jalan menuju desa wisata ini." (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Hal ini menunjukkan adanya komitmen pemerintah desa dalam menjaga kelayakan infrastruktur, meskipun banjir masih menjadi tantangan yang memengaruhi kualitas pengalaman wisata dan pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur perlu dirancang tidak hanya kuat secara fisik, tetapi juga tahan terhadap kondisi cuaca dan bencana. Bantuan dari Bank Jatim juga mencerminkan sinergi antara sektor perbankan dan pemerintah desa, namun tetap perlu didukung perencanaan, pemeliharaan, dan pengawasan yang baik agar memberikan dampak jangka panjang. Selain itu, aksesibilitas juga didukung dengan adanya sistem informasi atau petunjuk arah untuk memudahkan pengunjung menemukan lokasi wisata. berdasarkan wawancara dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani " Sumber Pangan" menyatakan bahwa :

" untuk akses menuju wisata kampung bebek dan telur asin di desa Kebonsari tergolong cukup mudah untuk dijangkau, bisa dari pusat kota Sidoarjo maupun dari jalur desa Klurak. Jalur utama desa ini juga sudah ber aspal dan sudah bisa dilalui kendaraan roda empat. Tetapi akses dalam menuju lokasi peternakan dan lokasi produksi telur asin itu masih terbatas dalam petunjuk arah nya." (wawancara pada tanggal 25 juli 2025)

Gambar 3. Gapura dan kondisi jalan menuju Kampung Bebek dan Telur Asin



Sumber : <https://kampungbebek.com/listarticle>.

Berdasarkan hasil penelitian dan dokumentasi lapangan, indikator aksesibilitas dalam pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin di Desa Kebonsari sudah cukup baik, ditandai dengan jalan yang telah beraspal, dapat dilalui kendaraan roda empat, serta adanya akses alternatif melalui Desa Klurak dan Jalan Lingkaran Timur. Kondisi ini sesuai dengan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper yang menyatakan bahwa aksesibilitas menjadi faktor penting dalam memudahkan wisatawan mencapai destinasi wisata. Upaya pemerintah desa dalam perbaikan jalan dan kerja sama dengan Bank Jatim juga menunjukkan komitmen dalam pengembangan infrastruktur wisata. Namun, fasilitas petunjuk arah menuju lokasi wisata masih belum optimal sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmad Awang Samodra (2020) yang menyatakan bahwa pengembangan wisata Kampung Bebek dan Telur Asin masih memerlukan peningkatan aspek pendukung pariwisata agar lebih optimal.

2. Atraksi (Daya Tarik Wisata)

Indikator Atraksi merupakan daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah. Atraksi ini dapat bersifat alami, budaya, maupun buatan. Dan untuk keberhasilan pengembangan pariwisata sangat bergantung pada kualitas, keunikan, dan daya tarik atraksi yang ditawarkan. Dalam hal pengembangan Desa Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin, kekuatan utama atraksi (daya tarik wisata) terletak pada pendekatan edukatif yang ditawarkan kepada pengunjung, khususnya melalui kegiatan pembuatan telur asin dan pengenalan peternakan bebek

secara langsung. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani “Sumber Pangan” menyatakan bahwa :

“ untuk daya tarik di desa wisata ini yaitu edukasi pembuatan telur asin yang ditujukan kepada kalangan pelajar mulai dari TK, SD, SMP, dan SMA. Karena program ini termasuk dalam pembelajaran muatan lokal yang bisa menjadi nilai tambah tersendiri dalam mengembangkan wisata yang berbasis edukasi ini. (wawancara pada tanggal 25 juli 2025).

Gambar 4. Aktivitas Edukasi Pembuatan Telur Asin di Desa Kebonsari



Sumber : <https://mutiarabunda.blogspot.com>

Hal tersebut mengungkapkan bahwa orientasi atraksi (daya tarik wisata) di desa wisata ini tidak semata mata bersifat rekreatif, tetapi juga memiliki nilai tambah dalam bentuk edukasi. Karena, dengan memperkenalkan proses produksi telur asin kepada anak-anak dan remaja, destinasi ini tidak hanya mengedukasi tetapi juga turut serta dalam melestarikan kearifan lokal dan memperkuat identitas desa sebagai sentra agribisnis unggulan. Dan selain itu juga model edukasi ini memiliki potensi untuk mendukung pembangunan karakter, keterampilan, dan apresiasi terhadap profesi peternak yang sering kali terabaikan. Namun demikian, pengembangan atraksi (daya tarik wisata) desa wisata saat ini masih bersifat tunggal dan belum mengalami pengembangan wisata lain. yang mana destinasi masih tertuju kepada kegiatan peternakan bebek dan telur asin saja. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani “ Sumber Pangan” menyatakan bahwa :

“ untuk tahun ini dan tahun depan masih terfokus di peternakan bebek dan produksi telur asin saja. Dan belum ada rencana untuk pengembangan bentuk wisata selain peternakan bebek dan produksi telur asin ini.” (wawancara pada tanggal 25 juli 2025).

Hal ini menunjukkan masih terbatasnya variasi atraksi wisata yang dapat memengaruhi daya saing destinasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan atraksi tambahan yang tetap sesuai dengan potensi lokal, seperti wisata kuliner, workshop kerajinan, atau event bertema bebek dan telur asin. Di sisi lain, pemerintah desa juga mendukung penguatan atraksi wisata melalui penyediaan fasilitas pendukung untuk mempercantik lokasi dan meningkatkan pengalaman pengunjung. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

“ untuk saat ini pemerintah desa sudah menyediakan fasilitas pendukung wisata seperti perbaikan jalan menuju ke kandang bebek, sudah menambahkan ornamen-ornamen untuk mempercantik lokasi wisata dan bisa digunakan juga untuk berfoto-foto“ (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Gambar 5. Ornamen Bebek sebagai Identitas dan Pendukung Atraksi Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin



Berdasarkan hasil penelitian dan dokumentasi, ornamen bebek sebagai indikator atraksi (daya tarik wisata) di Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari sudah cukup baik karena memiliki ciri khas wisata edukatif berupa kegiatan pembuatan telur asin dan peternakan bebek. Hal ini sesuai dengan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper yang menyatakan bahwa atraksi merupakan komponen utama yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Selain itu, keberadaan ornamen bebek dan spot foto juga menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung. Namun, pengembangan atraksi wisata masih terbatas karena hanya berfokus pada peternakan bebek dan produksi telur asin saja. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmad Awang

Samodra (2020) yang menyatakan bahwa wisata Kampung Bebek dan Telur Asin masih memerlukan pengembangan wisata kreatif agar daya tarik wisata dapat berkembang lebih optimal.

3. Amenitas (Fasilitas Pendukung)

Indikator Amenitas ini mengacu pada fasilitas pendukung yang tersedia di destinasi wisata, seperti penginapan, restoran, tempat ibadah, toilet umum, pusat informasi wisata, dan fasilitas kesehatan. Fasilitas ini penting dalam menunjang kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berada di destinasi. Dalam pengembangan Kampung Bebek dan Telur Asin, ketersediaan amenities (fasilitas pendukung) sudah mulai terpenuhi secara bertahap. Namun, masih ada kondisi fasilitas saat ini yang masih bersifat mendasar dan belum sepenuhnya optimal dalam menunjang kebutuhan pengunjung secara menyeluruh. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani “ Sumber Pangan” menyatakan bahwa :

“ untuk fasilitas desa wisata yang tersedia saat ini sudah optimal tetapi masih terdapat kekurangan dari fasilitas petunjuk arah itu soalnya kadang banyak yang bingung jika mau berkunjung kesini, tetapi jika ada kunjungan dari anak-anak sekolah gitu ya langsung kita arahkan langsung ke lokasi peternakan atau tempat produksi telur asin nya. tapi kalau fasilitas seperti tempat duduk dan papan edukasi itu juga masih terbatas.” (wawancara pada tanggal 25 juli 2025).

Gambar 6. Fasilitas pendukung di kampung bebek dan telur asin



Sumber :dokumentasi oleh penulis (2025)

Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pendukung di Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari sudah mulai tersedia, seperti area parkir, warung UMKM, akses jalan, dan sarana kebersihan yang dapat menunjang kebutuhan dasar pengunjung. Keberadaan warung UMKM juga menunjukkan adanya partisipasi masyarakat dalam mendukung aktivitas wisata di desa tersebut. Namun demikian, masih terdapat beberapa fasilitas pendukung lain yang belum optimal, seperti petunjuk arah, tempat duduk pengunjung, papan edukasi, serta fasilitas informasi wisata yang masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa amenities di desa wisata tersebut masih perlu dikembangkan secara lebih terpadu agar dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan secara maksimal. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

“ pemerintah desa saat ini memberikan ruang partisipasi kepada masyarakat yang didorong untuk membuka warung secara mandiri, namun jika untuk penyediaan fasilitas seperti homestay atau lainnya masih belum terlihat secara sistematis. Hal ini masih menunjukkan bahwa pelibatan warga untuk saat ini masih bersifat individual dan bukan dari bagian dari kebijakan desa yang menyeluruh.” (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Berdasarkan hasil penelitian dan dokumentasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa indikator amenities (fasilitas pendukung) di Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari sudah cukup tersedia, seperti area parkir, warung UMKM, akses jalan, dan sarana kebersihan. Hal ini sesuai dengan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper yang menyatakan bahwa amenities merupakan fasilitas pendukung untuk menunjang kenyamanan wisatawan. Namun, beberapa fasilitas seperti petunjuk arah, papan edukasi, tempat duduk, dan pusat informasi wisata masih terbatas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmad Awang Samodra (2020) yang menyatakan bahwa wisata Kampung Bebek dan Telur Asin masih memerlukan peningkatan fasilitas pendukung agar pelayanan wisata lebih optimal.

4. Promosi dan Pemasaran

Indikator promosi dan pemasaran ini mencakup upaya pemasaran destinasi wisata kepada pengunjung melalui berbagai media seperti, brosur, website, media sosial, pameran pariwisata, dan kemitraan dengan agen perjalanan. Karena, informasi yang jelas, menarik, dan mudah diakses akan membantu pengunjung dalam merencanakan perjalanan dan memilih destinasi. Dan strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan citra dan daya tarik suatu destinasi di pasar lokal maupun global. Dalam pengembangan Kampung bebek dan Telur asin sebagai destinasi wisata edukatif lokal telah melakukan berbagai upaya untuk promosi, terutama melalui kerja sama dengan pemerintah daerah dan pelaku usaha lokal. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani “ Sumber Pangan” menyatakan bahwa :

“ untuk bentuk promosi nya saat ini itu yaitu kita mengenalkan dari yang kecil dulu seperti tamu kunjungan dari berbagai kalangan pelajar, dan juga menjalin kerjasama dengan dinas pariwisata kabupaten Sidoarjo.” (wawancara pada tanggal 25 juli 2025).

Hal ini menunjukkan upaya adanya inisiatif formal dalam membangun jaringan promosi berbasis kelembagaan. Keterlibatan dinas pariwisata ini menjadi langkah awal yang positif, karena dapat memperluas jangkauan promosi melalui agenda resmi pemerintah daerah serta membuka peluang dukungan administratif dan teknis lainnya. Hal ini sejalan dengan prinsip kolaboratif dalam pengembangan pariwisata, yang mana pemerintah desa berperan sebagai fasilitator dalam membangun kemitraan yang memperkuat promosi. Sementara itu berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha pengrajin telur asin UD. Doa Bunda menyatakan bahwa:

“ kita dibantu dengan dinas pariwisata kabupaten Sidoarjo. yang mana kita dibantu untuk pembuatan sertifikat halal, terus BPOM juga, dan surat izin edar penjualan.” (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Dukungan terhadap pelaku UMKM masih lebih berfokus pada legalitas dan peningkatan mutu produk untuk meningkatkan daya saing usaha, namun belum sepenuhnya menasar promosi secara masif. Penguatan branding desa sebagai destinasi wisata juga belum terintegrasi antara pemerintah dan pelaku UMKM. Selain itu, belum adanya kerja sama dengan influencer maupun pemanfaatan media sosial secara intensif menunjukkan bahwa promosi digital belum digunakan secara optimal. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Nur Hidayat selaku ketua kelompok tani “ Sumber Pangan” menyatakan bahwa:

“ namun saat ini masih belum ada kerja sama formal bersama influencer atau media sosial secara masif. tetapi saat ini saya juga sudah mencoba melakukan promosi melalui tiktok, instagram, dan facebook karena media sosial ini jangkauannya luas apalagi produk di kampung ini punya ciri khas sendiri yang engga dimiliki daerah lain walaupun juga masih belum optimal.” (wawancara pada tanggal 25 juli 2025).

Gambar 7. Media Sosial Promosi Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari



Sumber :dokumentasi oleh penulis (2025)

Gambar tersebut menunjukkan penggunaan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai sarana promosi Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari. Namun, pemanfaatannya masih belum optimal karena promosi masih dilakukan secara sederhana, belum konsisten, dan belum didukung strategi promosi digital yang terarah. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

“ tantangan utama dalam promosi desa wisata ini adalah kurangnya pemahaman dan wawasan masyarakat terhadap teknologi untuk sama-sama mengembangkan kampung wisata disini.” (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Berdasarkan hasil penelitian dan dokumentasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa indikator promosi dan pemasaran di Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari masih belum optimal. Promosi dilakukan melalui kunjungan pelajar, kerja sama dengan Dinas Pariwisata, serta media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook. Hal ini sesuai dengan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper yang menyatakan bahwa promosi berperan penting dalam memperkenalkan destinasi wisata. Namun, penggunaan media sosial masih sederhana dan belum terarah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmad Awang Samodra (2020) yang menyatakan bahwa wisata Kampung Bebek dan Telur Asin masih memerlukan penguatan strategi promosi agar lebih dikenal luas.

5. Kelembagaan

Indikator kelembagaan mencakup peran serta aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan pariwisata, seperti pemerintah, masyarakat lokal, pelaku usaha, dan organisasi pariwisata. Indikator ini juga menekankan pentingnya koordinasi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan agar pengembangan pariwisata berjalan selaras dengan tujuan pembangunan daerah dan tidak merusak sumber daya yang ada. Dalam hal pengembangan Desa Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin, kelembagaan yang kuat dapat menciptakan tata kelola yang jelas, meningkatkan akuntabilitas, serta dapat memastikan bahwa pengembangan wisata berlangsung secara terarah dan berkelanjutan. Di desa Kebonsari ini pengelolaan Desa Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin saat ini dijalankan oleh sebuah kelompok tani yang telah ada yaitu “ kelompok tani sumber pangan”. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha pengrajin telur asin UD. Doa Bunda menyatakan bahwa:

“ saat ini wisata kampung bebek dan telur asin sudah dikelola oleh kelompok tani yang bernama sumber pangan dan terdiri dari 14 orang. walaupun kelompok kami belum dimasukkan ke kelembagaan desa tetapi untuk saat ini kelompok ini sudah banyak membantu untuk mengelola wisata ini. Dan kelompok kami juga sering diundang dalam pameran atau event dan disitulah kami bisa memperkenalkan kampung wisata bebek dan telur asin ini .” (wawancara pada tanggal 25 juli 2025)

Gambar 8. Struktur Organisasi Sumber Pangan



Sumber : <https://kampungbebek.com/listarticle>.

Struktur organisasi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan Kampung Wisata Bebek dan Telur Asin telah berjalan secara terorganisir melalui pembagian tugas seperti sekretaris, bendahara, humas, pemasaran, dan koperasi di bawah koordinasi pemerintah desa dan kelompok masyarakat. Keterlibatan kelompok tani menunjukkan bahwa pengembangan wisata bersifat berbasis komunitas dan berakar dari sektor peternakan yang telah ada sebelumnya. Namun, karena kelompok tani bukan lembaga khusus pengelola wisata, diperlukan penguatan kapasitas kelembagaan agar pengelolaan wisata lebih profesional dan akuntabel. Upaya penguatan tersebut telah dilakukan melalui pelatihan dan sosialisasi kepada pelaku UMKM sebagai bentuk peningkatan kualitas SDM. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

“ untuk saat ini pemerintah desa sudah melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan desa wisata kampung bebek dan telur asin ini .” (wawancara pada tanggal 16 juli 2025)

Pelatihan bagi pelaku UMKM penting untuk meningkatkan pemahaman terkait pelayanan, manajemen usaha, kebersihan, dan promosi wisata. Namun, kegiatan tersebut belum sepenuhnya menunjukkan adanya kelembagaan formal yang mampu mengelola destinasi secara menyeluruh, sehingga masih berpotensi kurang konsisten dan koordinatif. Selain itu, kelemahan indikator kelembagaan juga terlihat dari belum adanya Peraturan Desa (Perdes) yang secara khusus mengatur pengembangan Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Ari selaku Sekertaris Desa Kebonsari menyatakan bahwa :

“ untuk saat ini belum ada peraturan desa yang secara resmi mengatur tentang pengembangan wisata, namun sudah ada surat edaran dari kepala desa sebagai bentuk dukungan administratif terhadap pengembangan wisata lokal. (wawancara pada tanggal 16 juli 2025).

Berdasarkan hasil penelitian dan dokumentasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa indikator kelembagaan di Wisata Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari masih belum optimal. Pengelolaan wisata saat ini dijalankan oleh kelompok tani “Sumber Pangan” dan didukung pemerintah desa melalui pelatihan kepada pelaku UMKM. Hal ini sesuai dengan teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper yang menyatakan bahwa kelembagaan berperan penting dalam koordinasi dan pengelolaan destinasi wisata. Namun, hingga saat ini belum terdapat kelembagaan resmi dan peraturan desa yang mengatur pengelolaan wisata secara khusus. Temuan ini sejalan dengan penelitian Arif Syaifudin (2022) yang menjelaskan bahwa tata kelola sektor wisata masih memerlukan penguatan kelembagaan dan kapasitas masyarakat agar pengembangan wisata dapat berjalan lebih optimal.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Desa Kebonsari mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan menjadi kawasan desa wisata edukatif berbasis peternakan bebek dan produksi telur asin, yang tidak hanya menjadi daya tarik lokal tetapi juga memiliki nilai ekonomi dan budaya namun belum sepenuhnya berjalan dengan optimal. Dan jika ditinjau dari lima indikator teori strategi pengembangan pariwisata menurut Cooper, ditemukan beberapa kelemahan. 1) aksesibilitas, akses menuju desa ini sudah baik dengan kondisi jalan yang layak dan dukungan perbaikan dari pemerintah desa, namun masih kurangnya petunjuk arah menuju lokasi inti wisata menjadi hambatan tersendiri. 2) Atraksi (daya tarik wisata), berupa pembuatan telur asin dan peternakan bebek sudah cukup menarik terutama bagi pelajar, namun masih belum dikembangkan ke dalam bentuk daya tarik wisata yang lebih bervariasi lagi. 3) amenitas (fasilitas pendukung), dalam hal ini masih terbatas seperti

kurangnya tempat duduk, papan informasi, dan belum tersedianya pusat informasi wisata. 4) promosi dan pemasaran, promosi wisata masih dilakukan secara konvensional dan belum menggunakan media sosial secara terstruktur, sementara itu literasi digital masyarakat juga masih rendah. 5) kelembagaan, pengelolaan wisata ini masih dijalankan oleh kelompok tani “sumber pangan” secara informal dan belum didukung dengan regulasi resmi seperti peraturan desa. Oleh karena itu, pengembangan wisata ini memerlukan strategi lanjutan yang lebih terarah, melalui peningkatan fasilitas, diversifikasi atraksi (daya tarik wisata), penguatan promosi secara digital, serta pembentukan kelembagaan formal untuk mendukung wisata Kampung Bebek dan Telur Asin agar dapat berkembang lebih optimal dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas.

REFERENSI

- [1] S. Saadah, K. Shaleh, D. Arwaty, F. Sukmawati, R. F. Mulyawan, and D. Nababan, “Analisis Sektor Industri Pariwisata Yang Terdampak Covid – 19 Dan Upaya Pemulihan Ekonomi Indonesia Dari Sektor Pariwisata,” *Jesya*, vol. 6, no. 1, pp. 247–257, Jan. 2023, doi: 10.36778/jesya.v6i1.914.
- [2] E. Islam, “ANALISIS PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI KEARIFAN LOKAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan) Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Oleh: Tati Toharotun Nopus 1551010307,” 2020.
- [3] NURFAISAL, R. “Strategi Penerapan Prinsip Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Wisata Cikalahang Kec. Dukupuntang Kab. Cirebon” (Doctoral dissertation, UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON) (2025).
- [4] N. B. Hartanti, T. N. Fatmawati, W. Punto, I. Mohammad, and S. Christina, “STRATEGI PENGEMBANGAN WILAYAH BERKELANJUTAN KABUPATEN SUKABUMI MELALUI OPTIMALISASI POTENSI LOKAL: PENGELOLAAN PARIWISATA GURILAPS, PERTANIAN, DAN EKONOMI KREATIF,” *JURNAL PENELITIAN DAN KARYA ILMIAH LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS TRISAKTI*, pp. 11–30, Jan. 2025, doi: 10.25105/pdk.v10i1.21711.
- [5] NURMALASITA, N. T. “DAMPAK PENETAPAN DESA WISATA TERHADAP PERUBAHAN KOMPONEN FISIK DAN NON FISIK DI DESA GENILANGIT, KECAMATAN PONCOL, KABUPATEN MAGETAN” (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional) (2024).
- [6] Angkasa, N. “Menggali Kendala dan Kemungkinan Dalam Penyelenggaraan Pengembangan Desa Wisata: Studi Kabupaten Lampung Utara”. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 4614-4627 (2024).
- [7] D. Gde Rudy and dan I. Dewa Ayu Dwi Mayasari, “Prinsip-Prinsip Kepariwisata dan Hak Prioritas Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata”, doi: 10.22225/kw.13.1.929.1-5. 2019
- [8] R. Kurniawan and F. Iriani, “Dampak Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Marginal di Indonesia,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, vol. 5, no. 2, p. 2024, [Online]. Available <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>.
- [9] F. Nurany, R. Dinda Erlisyafitri, D. P. Cahyaningrum, and L. Kusuma, “PERAN STAKEHOLDER DALAM UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL MELALUI WISATA BUDAYA SITUS CANDI TAWANG ALUN DI KECAMATAN SEDATI KABUPATEN SIDOARJO” 2022.
- [10] SANUSI, R., & PUTRI, M. (2022). PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG BEBEK MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA KEBONSARI KEC. CANDI KAB. SIDOARJO. *Jurnal Abdi Bhayangkara*, 4(02), 1545-1554.
- [11] Felda, N. E. “PEMBERDAYAAN KELOMPOK PETERNAK BEBEK SUMBER PANGAN DI KAMPUNG BEBEK DAN TELUR ASIN DESA KEBONSARI KECAMATAN CANDI KABUPATEN SIDOARJO” (Doctoral dissertation, UPN VETERAN JAWA TIMUR) (2024).
- [12] Samodra, R. A. “Strategi Pengembangan Pariwisata Kreatif Kampung Bebek dan Telur Asin di Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo”. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember* (2020).
- [13] Syaifudin, A. “Model Pemberdayaan Masyarakat di “Kampung Bebek dan Telur Asin” Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo”(Studi Pada Kelompok Peternak Itik Sumber Pangan). *Transparan*, 14(2), 1-7 (2022).
- [14] Kristianto, D. H., & Koswara, A. Y. “Arahan Pengembangan Kawasan Ekowisata Mangrove Gunung Anyar Surabaya”. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), D111-D116 (2021).
- [15] Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. *Tourism: “Principles and Practice (4th ed.)*. Pearson Education Limited” (2008).
- [16] Handayani, I., & Widiastuti, D. “Pendekatan Deskriptif Kualitatif dalam Penelitian Sosial: Studi pada

Pengembangan Desa Wisata”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 115–122 (2020).

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Article History:

Received: 26 June 2018 | Accepted: 08 August 2018 | Published: 30 August 2018

