



BADAN PUSAT STATISTIK
KABUPATEN JEMBER



PEMDES
JENGGAWAH



STATISTIK POTENSI PENGEMBANGAN WISATA DESA JENGGAWAH TAHUN 2026

STATISTIK POTENSI PENGEMBANGAN WISATA DESA JENGGAWAH TAHUN 2026

Disusun Oleh:
Agen Statistik Desa Jenggawah
Tim Desa Cantik BPS Kabupaten Jember
Mahasiswa Magang di BPS Kabupaten Jember

JENGGAWAH
2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan atas terselesaikannya penyusunan buku publikasi bertajuk "Statistik Potensi Pengembangan Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026". Buku ini disusun sebagai bentuk dokumentasi dan evaluasi komprehensif terhadap kondisi pariwisata lokal, khususnya di kawasan Bukit I Love Jenggawah, sebagai bagian dari kegiatan Desa Cinta Statistik.

Pengumpulan data dilakukan untuk memetakan profil wisatawan, menilai kelayakan fasilitas, mengidentifikasi akar permasalahan turunnya angka kunjungan, serta merumuskan potensi dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Harapannya, tabulasi data dan ulasan deskriptif yang tersaji dapat menjadi landasan empiris bagi pemangku kepentingan (stakeholders), pengelola wisata, dan pemerintah desa dalam merancang kebijakan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Disadari bahwa laporan publikasi ini tentu memiliki ruang untuk penyempurnaan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang konstruktif akan sangat diapresiasi guna penyusunan evaluasi di masa mendatang

Jenggawah, Agustus 2026
Kepala Desa Jenggawah

SUPARDI

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GRAFIK	6
BAB 1: PENDAHULUAN	7
BAB 2: PROFIL RESPONDEN	8
BAB 3: PERSEPSI TERHADAP KONDISI WISATA	11
BAB 4: IDENTIFIKASI PENYEBAB SEPINYA PENGUNJUNG	16
BAB 5: DAMPAK DAN POTENSI EKONOMI MASYARAKAT	20
BAB 6: SOLUSI DAN SARAN PENGEMBANGAN	23
BAB 7: PENUTUP	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jenis Kelamin Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	8
Tabel 2: Umur Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	8
Tabel 3: Pekerjaan Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	9
Tabel 4: Distribusi Frekuensi Responden yang Pernah Mengunjungi Bukit I Love Jenggawah Desa Jenggawah Tahun 2026	10
Tabel 5: Persepsi responden terhadap kemudahan lokasi wisata mudah dijangkau Desa Jenggawah Tahun 2026	11
Tabel 6: Persepsi responden terhadap kondisi jalan menuju wisata sudah baik Desa Jenggawah Tahun 2026	11
Tabel 7: Persepsi responden terhadap fasilitas wisata memadai (toilet, parkir, tempat duduk) Desa Jenggawah Tahun 2026	11
Tabel 8: Persepsi responden terhadap kebersihan area wisata terjaga Desa Jenggawah Tahun 2026	12
Tabel 9: Persepsi responden terhadap harga tiket masuk sesuai Desa Jenggawah Tahun 2026	12
Tabel 10: Persepsi responden terhadap tempat wisata memiliki daya tarik unik Desa Jenggawah Tahun 2026	12
Tabel 11: Persepsi responden terhadap promosi wisata sudah baik di media sosial/internet Desa Jenggawah Tahun 2026	13
Tabel 12: Persepsi responden terhadap keamanan wisata sudah baik Desa Jenggawah Tahun 2026	14
Tabel 13: Persepsi responden terhadap ketersediaan kuliner/UMKM yang menarik Desa Jenggawah Tahun 2026	14
Tabel 14: Ketertarikan responden untuk berkunjung kembali ke Bukit I Love Jenggawah Desa Jenggawah Tahun 2026	14
Tabel 15: Faktor Utama Penyebab Sepinya Pengunjung Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	16
Tabel 16: Prioritas Perbaikan Faktor Pengembangan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	16
Tabel 17: Pengetahuan Responden terhadap Informasi Wisata Melalui Media Sosial Desa Jenggawah Tahun 2026	17
Tabel 18: Media Promosi Wisata yang Paling Efektif Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	17
Tabel 19: Persepsi Responden terhadap Keberadaan Ciri Khas Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026	18
Tabel 20: Persepsi Responden terhadap Manfaat Ekonomi Wisata bagi Masyarakat Sekitar Desa Jenggawah Tahun 2026	20
Tabel 21: Bentuk Manfaat Ekonomi yang Dirasakan Masyarakat dari Keberadaan Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026	20
Tabel 22: Jenis Usaha yang Berpotensi Dikembangkan di Sekitar Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	21
Tabel 23: Tingkat Keterlibatan Masyarakat dalam Pengelolaan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	21

Tabel 24: Kesiediaan Responden dalam Mendukung Pengembangan Wisata Lokal Desa Jenggawah Tahun 2026	22
Tabel 25: Program Pengembangan Wisata yang Dinilai Paling Efektif Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	23
Tabel 26: Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Sekitar Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	24
Tabel 27: Pihak yang Berperan dalam Pengembangan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026	24
Tabel 28: Saran Responden terhadap Pengembangan Wisata dan Ekonomi Masyarakat Desa Jenggawah Tahun 2026	25

DAFTAR GRAFIK

Gambar 1. Distribusi Kelompok Umur Responden	9
Gambar 2. Distribusi Pekerjaan Responden	10
Gambar 3. Penilaian Daya Tarik Unik Tempat Wisata	13
Gambar 4. Media Promosi yang Paling Efektif	18

BAB 1: PENDAHULUAN

Survei ini dilaksanakan untuk memetakan profil responden, persepsi terhadap kondisi pariwisata, serta mengidentifikasi potensi dampak ekonomi bagi masyarakat di sekitar kawasan wisata Bukit I Love Jenggawah. Pemahaman yang komprehensif terhadap preferensi dan keluhan wisatawan merupakan pijakan utama dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi kesejahteraan warga lokal. Dokumen ini menyajikan analisis deskriptif yang didukung oleh tabulasi silang dan visualisasi data atas keseluruhan variabel yang dihimpun dalam instrumen kuesioner.

BAB 2: PROFIL RESPONDEN

Bab ini memaparkan profil demografis responden yang meliputi jenis kelamin, kelompok umur, latar belakang pekerjaan, serta riwayat kunjungan ke lokasi wisata.

Tabel 1: Jenis Kelamin Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	82	88.17
Perempuan	11	11.83
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

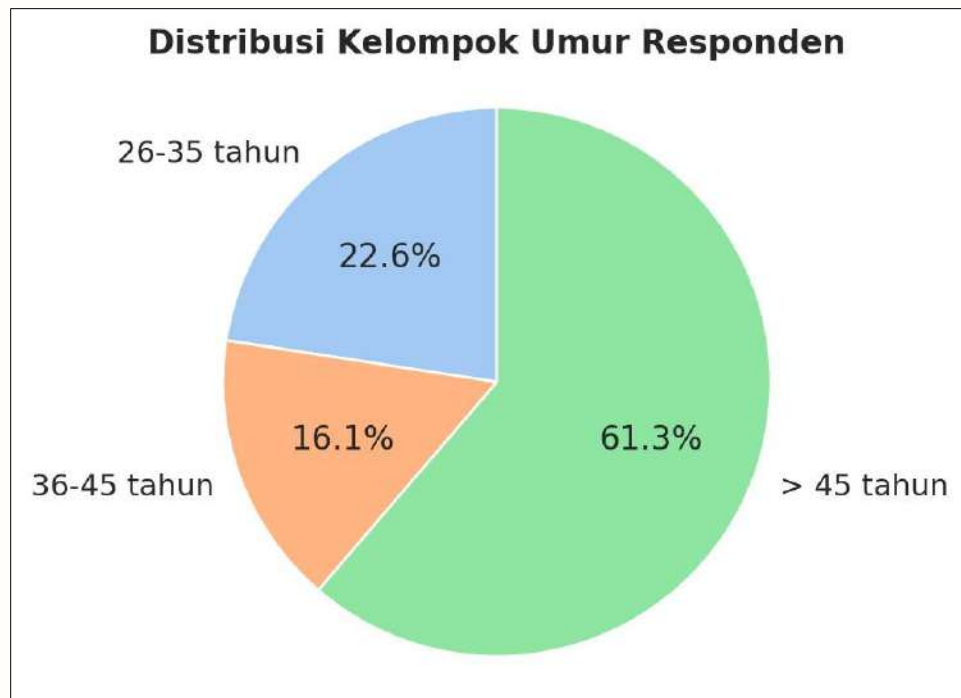
Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai jenis kelamin. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Laki-laki (82 responden atau 88.17%). Sementara itu, kategori lainnya adalah Perempuan (11 responden atau 11.83%).

Tabel 2: Umur Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
<17 tahun	0	0.00
17-25 tahun	0	0.00
26-35 tahun	21	22.58
36-45 tahun	15	16.13
> 45 tahun	57	61.29
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai umur. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori > 45 tahun (57 responden atau 61.29%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi 26-35 tahun (21 responden atau 22.58%), dan 36-45 tahun (15 responden atau 16.13%).



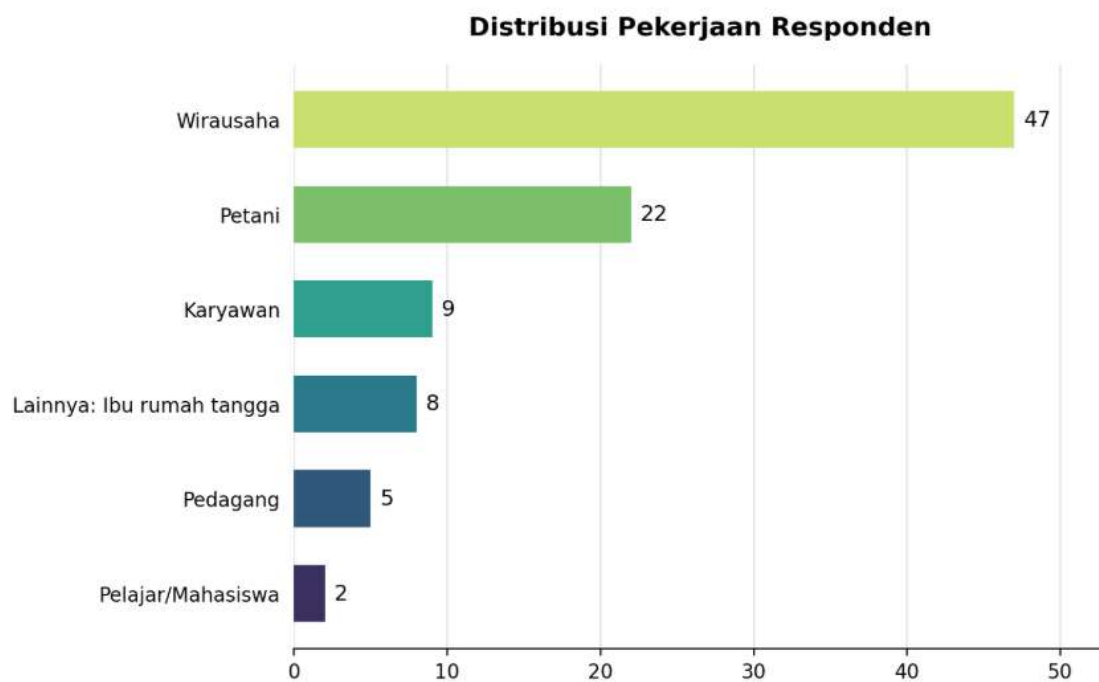
Gambar 1. Distribusi Kelompok Umur Responden Desa Jenggawah, Tahun 2026

Tabel 3: Pekerjaan Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Wirausaha	47	50.53
Petani	22	23.7
Karyawan	9	9.7
Pedagang	5	5.38
Lainnya: Ibu rumah tangga	8	8.6
Pelajar/Mahasiswa	2	2.15
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai pekerjaan. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Wirausaha (47 responden atau 50,53%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Petani (22 responden atau 23,7%), Karyawan (9 responden atau 9,7%), Lainnya: Ibu rumah tangga (8 responden atau 8,6%), Pedagang (5 responden atau 5,38%), dan Pelajar/Mahasiswa (2 responden atau 2,15%).



Gambar 2. Distribusi Pekerjaan Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Tabel 4: Distribusi Frekuensi Responden yang Pernah Mengunjungi Bukit I Love Jenggawah Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tidak	71	76.34
Ya	22	23.66
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai kunjungan ke bukit i love jenggawah. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Tidak (71 responden atau 76.34%). Sementara itu, kategori lainnya adalah Ya (22 responden atau 23.66%).

BAB 3: PERSEPSI TERHADAP KONDISI WISATA

Bab ini mengulas persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas, infrastruktur, kebersihan, harga tiket, daya tarik, hingga jaminan keamanan wisata.

Tabel 5: Persepsi responden terhadap kemudahan lokasi wisata mudah dijangkau Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	53	56.99
Setuju	39	41.94
Sangat setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai lokasi wisata mudah dijangkau. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (53 responden atau 56.99%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (39 responden atau 41.94%), dan Sangat setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 6: Persepsi responden terhadap kondisi jalan menuju wisata sudah baik Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	54	58.06
Setuju	38	40.86
Sangat setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai kondisi jalan menuju wisata sudah baik. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (54 responden atau 58.06%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (38 responden atau 40.86%), dan Sangat setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 7: Persepsi responden terhadap fasilitas wisata memadai (toilet, parkir, tempat duduk) Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	58	62.37
Setuju	33	35.48
Sangat tidak setuju	1	1.08
Sangat setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai fasilitas wisata memadai (toilet, parkir, tempat duduk). Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (58 responden atau 62.37%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (33 responden atau 35.48%), Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%), dan Sangat setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 8: Persepsi responden terhadap kebersihan area wisata terjaga Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	68	73.12
Setuju	22	23.66
Tidak setuju	3	3.23
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai kebersihan area wisata terjaga. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (68 responden atau 73.12%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (22 responden atau 23.66%), dan Tidak setuju (3 responden atau 3.23%).

Tabel 9: Persepsi responden terhadap harga tiket masuk sesuai Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	73	78.49
Setuju	13	13.98
Tidak setuju	4	4.30
Sangat tidak setuju	3	3.23
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

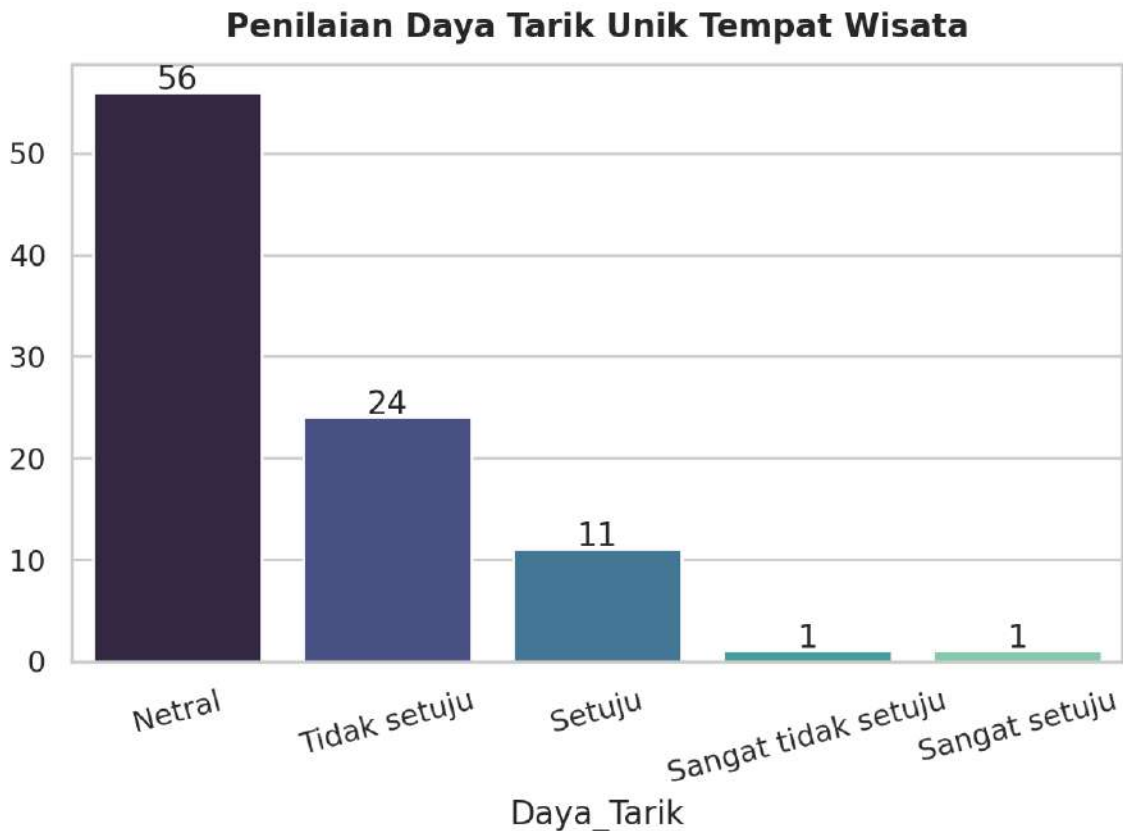
Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai harga tiket masuk sesuai. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (73 responden atau 78.49%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (13 responden atau 13.98%), Tidak setuju (4 responden atau 4.30%), dan Sangat tidak setuju (3 responden atau 3.23%).

Tabel 10: Persepsi responden terhadap tempat wisata memiliki daya tarik unik Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	56	60.22
Tidak setuju	24	25.81
Setuju	11	11.83
Sangat tidak setuju	1	1.08
Sangat setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai tempat wisata memiliki daya tarik unik. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (56 responden atau 60.22%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Tidak setuju (24 responden atau 25.81%), Setuju (11 responden atau 11.83%), Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%), dan Sangat setuju (1 responden atau 1.08%).



Gambar 3. Penilaian Daya Tarik Unik Tempat Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026

Tabel 11: Persepsi responden terhadap promosi wisata sudah baik di media sosial/internet Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	57	61.29
Setuju	33	35.48
Sangat setuju	1	1.08
Tidak setuju	1	1.08
Sangat tidak setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai promosi wisata sudah baik di media sosial/internet. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (57 responden atau 61.29%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (33 responden atau 35.48%), Sangat setuju (1 responden atau 1.08%), Tidak setuju (1 responden atau 1.08%), dan Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 12: Persepsi responden terhadap keamanan wisata sudah baik Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	75	80.65
Setuju	13	13.98
Tidak setuju	4	4.30
Sangat tidak setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai keamanan wisata sudah baik. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (75 responden atau 80.65%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Setuju (13 responden atau 13.98%), Tidak setuju (4 responden atau 4.30%), dan Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 13: Persepsi responden terhadap ketersediaan kuliner/UMKM yang menarik Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	55	59.14
Tidak setuju	35	37.63
Setuju	2	2.15
Sangat tidak setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai tersedia kuliner/umkm yang menarik. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (55 responden atau 59.14%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Tidak setuju (35 responden atau 37.63%), Setuju (2 responden atau 2.15%), dan Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%).

Tabel 14: Ketertarikan responden untuk berkunjung kembali ke Bukit I Love Jenggawah Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Netral	79	84.95
Tidak setuju	7	7.53
Setuju	6	6.45
Sangat tidak setuju	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai saya tertarik berkunjung kembali. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Netral (79 responden atau 84.95%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Tidak setuju (7 responden atau 7.53%), Setuju (6 responden atau 6.45%), dan Sangat tidak setuju (1 responden atau 1.08%).

BAB 4: IDENTIFIKASI PENYEBAB SEPINYA PENGUNJUNG

Bab ini menggali akar masalah yang menyebabkan minimnya jumlah pengunjung, sekaligus mengevaluasi efektivitas saluran promosi yang ada.

Tabel 15: Faktor Utama Penyebab Sepinya Pengunjung Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Harga terlalu mahal	21	22.58
Tidak ada kegiatan/event	17	18.28
Fasilitas kurang lengkap	10	10.75
Kurang promosi	9	9.68
Kurang spot menarik	3	3.23
Lainnya	33	35.48
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai penyebab wisata sepi pengunjung, sebagian menyatakan harga terlalu mahal sebesar 21 responden atau 22,58 persen. Selanjutnya adalah tidak ada kegiatan/event (17 responden atau 18,28 persen), sedangkan pada pilihan lainnya karena tidak tau atau belum pernah berkunjung.

Tabel 16: Prioritas Perbaikan Faktor Pengembangan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Pelayanan pengelola	32	34.41
Event hiburan	13	13.98
UMKM/kuliner	7	7.53
Promosi digital	7	7.53
Lainnya	30	32,26
Spot foto/wahana	4	4.30
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai dari faktor berikut, mana yang paling perlu diperbaiki terlebih dahulu. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Pelayanan pengelola (32 responden atau 34.41%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Lainnya: mencakup tidak tau atau tidak pernah berkunjung (30 responden atau 32.26%), Event hiburan (13 responden atau 13.98%), UMKM/kuliner (7 responden atau 7.53%), Promosi digital (7 responden atau 7.53%), Spot foto/wahana (4 responden atau 4.30%).

Tabel 17: Pengetahuan Responden terhadap Informasi Wisata Melalui Media Sosial Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tidak	58	62.37
Ya	35	37.63
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

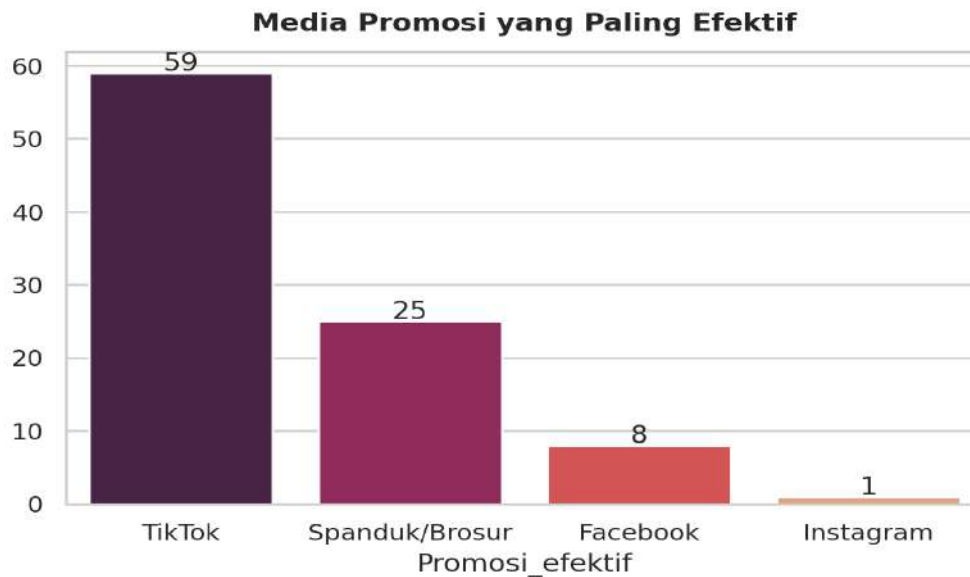
Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai apakah anda mengetahui informasi wisata ini melalui media sosial. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Tidak (58 responden atau 62.37%). Sementara itu, kategori lainnya adalah Ya (35 responden atau 37.63%).

Tabel 18: Media Promosi Wisata yang Paling Efektif Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
TikTok	59	63.44
Spanduk/Brosur	25	26.88
Facebook	8	8.60
Instagram	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai media promosi yang paling efektif menurut anda. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori TikTok (59 responden atau 63.44%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Spanduk/Brosur (25 responden atau 26.88%), Facebook (8 responden atau 8.60%), dan Instagram (1 responden atau 1.08%).



Gambar 4. Media Promosi yang Paling Efektif Desa Jenggawah Tahun 2026

Tabel 19: Persepsi Responden terhadap Keberadaan Ciri Khas Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tidak	88	94.62
Ya suasana	1	1.08
Ya Pemandangan Sawah	1	1.08
Ya View Persawahan	1	1.08
Ya nuansa alami	1	1.08
Ya spot foto langsung area persawahan, cocok untuk berolahraga dan santai	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai apakah wisata ini memiliki ciri khas yang membedakan dari tempat lain. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Tidak (88 responden atau 94.62%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Ya suasana (1 responden atau 1.08%), Ya Pemandangan Sawah (1 responden atau 1.08%), Ya View Persawahan (1 responden atau 1.08%), Ya nuansa alami (1 responden atau 1.08%), dan Ya spot foto langsung area persawahan, cocok untuk berolahraga dan santai (1 responden atau 1.08%).

BAB 5: DAMPAK DAN POTENSI EKONOMI MASYARAKAT

Bab ini menyoroti manfaat finansial yang telah dirasakan oleh warga sekitar dan memetakan potensi usaha lokal yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

Tabel 20: Persepsi Responden terhadap Manfaat Ekonomi Wisata bagi Masyarakat Sekitar Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Kecil	50	53.76
Cukup besar	36	38.71
Tidak ada	7	7.53
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai apakah keberadaan wisata memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Kecil (50 responden atau 53.76%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Cukup besar (36 responden atau 38.71%), dan Tidak ada (7 responden atau 7.53%).

Tabel 21: Bentuk Manfaat Ekonomi yang Dirasakan Masyarakat dari Keberadaan Wisata Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Kesempatan berdagang	49	52.69
Lapangan kerja	27	29.03
Promosi produk lokal	6	6.45
Lainnya	11	11.83
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai bentuk manfaat ekonomi yang dirasakan. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Kesempatan berdagang (49 responden atau 52.69%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Lapangan kerja (27 responden atau 29.03%), Promosi produk lokal (6 responden atau 6.45%), Lainnya (11 responden atau 11.83%).

Tabel 22: Jenis Usaha yang Berpotensi Dikembangkan di Sekitar Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Kuliner	61	65.59
Lainnya	20	21.50
Kerajinan lokal	5	5.38
Homestay	4	4.30
Total	93	100

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai jenis usaha yang paling potensial dikembangkan di sekitar wisata. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Kuliner (61 responden atau 65.59%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Lainnya (20 responden atau 13.98%), Kerajinan lokal (5 responden atau 5.38%), Homestay (4 responden atau 4.30%).

Tabel 23: Tingkat Keterlibatan Masyarakat dalam Pengelolaan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Kurang aktif	82	88.17
Tidak aktif	10	10.75
Cukup aktif	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai apakah masyarakat sekitar sudah terlibat aktif dalam pengelolaan wisata. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Kurang aktif (82 responden atau 88.17%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Tidak aktif (10 responden atau 10.75%), dan Cukup aktif (1 responden atau 1.08%).

Tabel 24: Kesiediaan Responden dalam Mendukung Pengembangan Wisata Lokal Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Ya	64	68.82
Tidak	29	31.18
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai kesediaan ikut mendukung pengembangan wisata lokal. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Ya (64 responden atau 68.82%). Sementara itu, kategori lainnya adalah Tidak (29 responden atau 31.18%).

BAB 6: SOLUSI DAN SARAN PENGEMBANGAN

Bab ini merangkum aspirasi responden mengenai program strategis yang diperlukan untuk meningkatkan animo wisata, serta pandangan terkait pihak yang harus bertanggung jawab.

Tabel 25: Program Pengembangan Wisata yang Dinilai Paling Efektif Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Festival/Event rutin	31	33.33
Perbaikan fasilitas	22	23.65
Penambahan wahana	16	17.20
Promosi digital intensif	6	6.45
Lainnya	17	18.28
Kerja sama dengan influencer	1	1.08
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai program yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Festival/Event rutin (31 responden atau 33.33%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Perbaikan fasilitas (22 responden atau 23.65%), Penambahan wahana (16 responden atau 17.20%), Promosi digital intensif (6 responden atau 6.45%), Kerja sama dengan influencer (1 responden atau 1.08%), dan Lainnya (17 responden atau 18.28%).

Tabel 26: Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Sekitar Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Penyediaan kios usaha	46	49.46
Bantuan modal usaha	21	22.58
Pelatihan UMKM	6	6.45
Pelatihan pemasaran digital	5	5.38
Pengembangan produk lokal	2	2.15
Lainnya	13	13.98
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai apa yang perlu dilakukan agar ekonomi masyarakat sekitar meningkat. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Penyediaan kios usaha (46 responden atau 49.46%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Bantuan modal usaha (21 responden atau

22.58%), Pelatihan UMKM (6 responden atau 6.45%), Pelatihan pemasaran digital (5 responden atau 5.38%), Pengembangan produk lokal (2 responden atau 2.15%), dan Lainnya (13 responden atau 13.98%).

Tabel 27: Pihak yang Berperan dalam Pengembangan Wisata Menurut Responden Desa Jenggawah Tahun 2026

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Pengelola wisata	70	75.27
Semua pihak bersama-sama	20	21.51
Masyarakat sekitar	3	3.23
Total	93	100,00

Sumber Data : Hasil Survei Potensi Wisata Desa Jenggawah, 2026

Tabel di atas menyajikan distribusi frekuensi mengenai menurut anda, siapa yang paling berperan dalam pengembangan wisata ini. Berdasarkan data yang terhimpun, proporsi terbesar ditunjukkan oleh kategori Pengelola wisata (70 responden atau 75.27%). Kategori selanjutnya secara berurutan meliputi Semua pihak bersama-sama (20 responden atau 21.51%), dan Masyarakat sekitar (3 responden atau 3.23%).

Saran atau masukan untuk pengembangan wisata dan ekonomi masyarakat berdasarkan data yang terhimpun, sebagian besar tidka menyampaikan saran, dan sebagian kecil memberikan saran terkait harga yang masih tergolong mahal, pengelolaan pelayanan yang lebih baik lagi, serta pemberdayaan masyarakat.

BAB 7: PENUTUP

Berdasarkan analisis hasil survei, mayoritas pengunjung merupakan kalangan dewasa (>45 tahun) dengan latar belakang pekerjaan yang didominasi oleh wirausaha dan petani. Sebagian besar responden mengaku belum pernah mengunjungi Bukit I Love Jenggawah sebelumnya.

Meskipun responden memiliki kecenderungan sikap netral terhadap kemudahan akses, kondisi infrastruktur, dan kebersihan area wisata, terdapat indikasi perlunya perbaikan secara signifikan pada pelayanan pihak pengelola dan ketersediaan acara (event) hiburan. Terkait penurunan jumlah kunjungan, faktor utamanya meliputi mahalnnya persepsi harga wisata dan minimnya kegiatan pendukung. Di sisi lain, strategi promosi saat ini terbukti kurang masif; padahal publik meyakini bahwa kampanye media sosial, khususnya melalui platform TikTok, adalah langkah yang paling efektif.

Keberadaan objek wisata ini dirasa cukup potensial untuk menggerakkan roda ekonomi desa, terutama melalui peluang berdagang dan pengembangan sektor kuliner lokal. Meski demikian, tingkat partisipasi masyarakat sekitar dalam manajemen wisata saat ini masih tergolong kurang aktif. Guna mengoptimalkan nilai ekonomi, publik menyarankan penyelenggaraan festival budaya rutin serta penyediaan kios usaha/lapak UMKM yang representatif, dengan pengelola wisata berperan sebagai katalisator utama.