



Three-Party dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto

Ellen Lawrencia Yahya¹, I Gusti Putu Yaktianuraga², *Yoseph Agung Priyo Widodo³,
Ken Kurniawan Sutanto⁴, Reynaldi Aryaputra⁵

Email: ellen.lawrencia@ciputra.ac.id¹, agus.yaktianuraga@gmail.com², sriemaria76@gmail.com³,
ken.kurniawan.s@gmail.com⁴, aryaputra.reynaldi@gmail.com⁵

¹⁻⁴ Magister Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo

⁵ Sarjana Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya

Korespondensi Penulis: sriemaria76@gmail.com*

Abstract. *In the development of a tourist destination, abundant resources are essential, including facilities, infrastructure, and manpower. Collaborative efforts can help alleviate the heavy workload to create a successful tourist attraction. Bukit Kayoe Putih Tourism is an example of a destination that has effectively implemented a unique collaborative system, known as the three-party cooperation system, which is rarely seen in other tourist places. The parties involved in this collaboration are CV. Mitra Wisata Abadi, KPH Perhutani Mojokerto, and LMDH Kupang. This study primarily focuses on the analysis of the three-party cooperation system implemented at Bukit Kayoe Putih Tourism and its direct and indirect impacts. The study employed literature review for strategy and purposive sampling to conduct interviews with the directly involved parties in the three-party cooperation system to gain insightful perspectives and opinions. Furthermore, the researcher employed data triangulation to ensure the validity of the data in this study. The study discovered that the three-party cooperation system can enhance a tourist destination in terms of permits, employment opportunities, and development. It also found that this system can boost the local economy, both for the tourism sector itself and the surrounding village communities.*

Keywords: *Bukit Kayoe Putih, Three-Party, Perhutani*

Abstrak. Dalam pembangunan sebuah destinasi wisata, diperlukan sumber daya yang melimpah, baik itu sarana, prasarana, maupun manusia. Penyelenggaraan sebuah kerjasama akan dapat membantu mengurangi beban kerja yang berat demi mencapai terciptanya sebuah tempat wisata yang bagus. Wisata Bukit Kayoe Putih merupakan salah satu destinasi wisata yang berhasil menerapkan suatu sistem kerjasama yang bisa dibilang cukup jarang digunakan di tempat wisata lain, sistem kerjasama ini disebut sistem kerjasama *three-party*. Pihak yang terlibat dalam kerjasama ini adalah CV. Mitra Wisata Abadi, KPH Perhutani Mojokerto, dan LMDH Mojokerto. Penelitian ini memfokuskan pada sistem kerjasama *three-party* yang diterapkan di Wisata Bukit Kayoe Putih dan dampaknya baik langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan studi pustaka untuk strategi tersebut dan purposive sampling untuk menyelenggarakan wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat langsung dengan sistem kerjasama *three-party* guna mendapatkan perspektif dan pendapat yang meyakinkan. Tidak hanya itu, peneliti kemudian melakukan triangulasi sumber data guna menjaga keabsahan data yang ada di studi ini. Studi menemukan bahwa sistem kerjasama *three-party* dapat mengembangkan suatu destinasi wisata baik dari segi perizinan, lapangan kerja, maupun pembangunan. Penelitian ini juga menemukan bahwa sistem kerjasama *three-party* dapat meningkatkan tingkat perekonomian baik dari wisata itu sendiri maupun ekonomi masyarakat desa sekitar.

Kata Kunci: *Bukit Kayoe Putih, Three-Party, Perhutani*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Mojokerto adalah wilayah di Provinsi Jawa Timur dengan luas sekitar 969.360 Km², yang merupakan sekitar 2,09% dari luas total Provinsi Jawa Timur. Wilayah Mojokerto sangat kental akan kekayaan budaya Kerajaan Majapahit hingga menjadi jujukan budayawan, turis asing dan pelajar. Kendati demikian, belum banyak destinasi wisata yang mampu menjadikan Kabupaten Mojokerto dikenal akan pariwisatanya. Rendahnya diversifikasi wisata dapat berimbas secara langsung kepada tingkat kunjungan dan kejenuhan dari wisatawan [1].

Melihat rendahnya diversifikasi destinasi wisata Mojokerto, Wisata Bukit Kayoe Putih didirikan oleh CV. Mitra Wisata Abadi pada Juni 2021 bersama dengan Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Mojokerto dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dengan luasan area 5 Ha. Adanya kerjasama antar tiga pemangku kepentingan dikenal dengan *three-party*. Destinasi wisata ini menawarkan berbagai aktivitas, termasuk EduCalyptus (edukasi pengolahan tumbuhan kayu putih), kolam renang, pujasera, dan area multiguna. Semua fasilitas di Wisata Bukit Kayoe Putih dapat diakses dengan harga tiket Rp. 10.000, -.

Dengan harga yang terjangkau dan fasilitas beragam, Wisata Bukit Kayoe Putih mampu mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya sejak berdiri selama dua tahun ini. Hal ini terlihat dari Instagram resmi Bukit Kayoe Putih yang memiliki sepuluh ribu lebih pengikut dan rata-rata jumlah penonton (*viewers*) Reels mencapai ribuan. Selain daripada itu, Wisata Bukit Kayoe Putih juga dimuat oleh berbagai media massa sebagai salah satu destinasi wisata baru di Mojokerto [2]. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi *three-party* di Bukit Kayoe Putih Mojokerto dan dampaknya pada sektor pariwisata.

Studi ini memiliki manfaat teoritis dan praktis, memberikan wawasan tentang pengelolaan destinasi wisata, dan dapat membantu pengelolaan Wisata Bukit Kayoe Putih untuk menjadi lebih dikenal dan memberikan dampak positif pada masyarakat lokal. Studi ini berfokus pada departemen marketing Wisata Bukit Kayoe Putih, dengan informan utama dari direktur pemasaran, LMDH, dan Pehutani Mojokerto.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Destinasi Wisata Alam & Edukasi

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daerah tujuan wisata yang juga disebut destinasi pariwisata adalah kawasan

geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pariwisata merupakan suatu industri yang menawarkan komoditas ekonomi baru yang saat ini mulai banyak dikembangkan. Destinasi wisata menjadi tempat yang banyak dikunjungi karena memiliki kondisi lingkungan, infrastruktur, dan nilai budaya yang diakui masyarakat [3].

Wisata alam adalah suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam (SDA) dan tata lingkungan [3]. Wisata alam ini memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Selain itu, keberadaannya memiliki potensi serta daya tarik bagi wisatawan yang hendak berkunjung, serta kegiatannya lebih berfokus pada pembinaan cinta alam, baik dalam bentuk kegiatan alam, maupun setelah pembudidayaan. Wisata alam menggunakan suatu pendekatan yang disebut *environmental planning approach*. Pendekatan ini memiliki penekanan pada kegiatan konservasi lingkungan, tetapi lebih memperhatikan kebutuhan pengunjung atas fasilitas dan kebutuhan selama melaksanakan aktivitasnya.

Wisata edukasi adalah wisata yang menggabungkan kegiatan wisata dengan unsur pendidikan atau pembelajaran. Edukasi/pendidikan merupakan suatu usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya agar memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat [4].

Berdasarkan berbagai sumber, Wisata Bukit Kayoe Putih merupakan destinasi wisata alam dan edukasi, yang mana memanfaatkan sumber daya alam kayoe putih dan memberikan unsur pembelajaran yang bermanfaat bagi pengunjung. Unsur edukasi yang diterapkan adalah proses penanaman tanaman kayu putih mulai dari bibit hingga panen, atau dikenal dengan program EduCalyptus.

2.2 Pemangku Kepentingan (Stakeholders)

Pemasaran konvensional 4P (*product, price, place, promotion*) sudah tidak lagi relevan di tengah perubahan masyarakat yang dinamis dan *tech-savvy*. Tujuan pasar saat ini sudah mencapai level tertinggi dalam pemenuhan kebutuhan akan berwisata, yaitu *anxiety* dan *desire*. Dalam buku Model Pengembangan Pemasaran Ekowisata di Kalangan Milenial, peneliti mengkaji 7 (tujuh) pemangku kepentingan dalam penggerak ekowisata, yang dikenal dengan *The Hepta Helix of Millennials Ecotourism* [5].

Mulai dari kelompok akademisi, sebagai perancang konsep, kelompok ini memiliki peran dalam menciptakan gagasan-gagasan unggulan yang bermanfaat untuk meningkatkan

pengelolaan destinasi ekowisata sehingga dapat menarik perhatian dan kunjungan dari generasi milenial. Selain itu, kelompok LSM/NGO berada dekat dengan masyarakat dan dapat berperan sebagai pendidik dalam menyampaikan nilai-nilai terkait ekowisata, pelestarian lingkungan, dan konservasi kepada masyarakat.

Peran penting juga dimainkan oleh kelompok media, termasuk media utama seperti cetak, elektronik, digital, dan media sosial, yang bertindak sebagai penyampai informasi aktual mengenai kegiatan yang terjadi di daerah ekowisata, tempat dilakukannya pelestarian alam, dan destinasi ekowisata, kepada masyarakat perkotaan dan luas di hilir. Media juga dapat memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap ekowisata, pelestarian alam, dan nilai-nilai alam.

Kelompok pemerintah yang terlibat dalam pengelolaan ekowisata, baik sebagai pihak yang mengatur maupun yang memiliki pengetahuan, berperan sebagai regulator dalam mengelola, melestarikan, dan mengembangkan potensi ekowisata di tingkat pusat, provinsi, kabupaten, dan kota. Sebagaimana yang dinyatakan dalam teori bahwa ekowisata berbasis masyarakat, maka komunitas lokal sebagai operator dan pemilik destinasi ekowisata merupakan pihak yang paling berperan dalam pengelolaan destinasi tersebut. Kerja sama antara pemangku kepentingan diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal dalam mengelola destinasi ekowisata.

Terakhir, sektor bisnis, selain menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk meningkatkan kualitas ekowisata, juga berperan sebagai investor di zona yang telah ditentukan, yang dapat meningkatkan kualitas destinasi ekowisata. Secara keseluruhan, kerja sama antara pemangku kepentingan yang tercermin dalam model "The Hepta-Helix of Millennials Ecotourism" ini akan pertama-tama meningkatkan kualitas destinasi ekowisata, dan selanjutnya akan mendorong perjalanan generasi milenial ke destinasi ekowisata di seluruh Indonesia, termasuk ekowisata berbasis konservasi lingkungan abiotik, biotik, maupun budaya.

Model ekowisata untuk generasi milenial ini, yang tercermin dalam "The Hepta-Helix of Millennials Ecotourism," akan menjadi semangat dan panduan dalam pengelolaan destinasi ekowisata untuk mendukung perjalanan wisatawan domestik generasi milenial ke berbagai destinasi ekowisata di Indonesia. Melalui penerapan model ini, diharapkan akan tercapai tiga tujuan utama ekowisata: keberlanjutan ekonomi (terutama kesejahteraan masyarakat yang tinggal di daerah ekowisata), keberlanjutan lingkungan (pelestarian alam, keanekaragaman hayati, dan dampak positif pada masyarakat di daerah hulu dan hilir), dan keberlanjutan

budaya-warisan (pelestarian keberagaman budaya Indonesia dengan nilai-nilai tradisional yang diwariskan dari leluhur hingga masa kini). Ketiga tujuan ekowisata ini sejalan dengan tujuan pariwisata Indonesia yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi *three-party* di Bukit Kayoe Putih Mojokerto dan dampaknya pada sektor pariwisata. Adapun pemegang kepentingan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah pemerintah Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Mojokerto, Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Mojokerto sebagai Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-Government Organization*), dan CV. Mitra Wisata Abadi sebagai sektor swasta, yang kemudian disebut sebagai *three-party*.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif [6]. Lokasi dan objek penelitian ini adalah Wisata Bukit Kayoe Putih dengan alamat lengkapnya berada di Jalan Raya Kupang, Area Hutan Kayu Putih, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan observasi [7]. Teknik triangulasi sumber akan dilakukan untuk mengecek keabsahan data. Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, disajikan secara deskriptif, kemudian ditarik kesimpulan [8]. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* dengan melibatkan beberapa informan dari *three-party* yang terlibat langsung dalam pengelolaan Wisata Bukit Kayoe Putih.

1. Drh. Rully Effendi, selaku Direktur Utama CV. Mitra Wisata Abadi
2. Stephan Soenjoto, S.T., M.Sc., selaku Direktur Operasional CV. Mitra Wisata Abadi
3. Azis, S.Hut., selaku Kepala Seksi Produksi dan Ekowisata KPH Perhutani Mojokerto
4. Dra. Indah Handayani, selaku Kepala Seksi Madya Perencanaan Sumber Daya Hutan dan Pengembangan Bisnis KPH Perhutani Mojokerto
5. Rokhim, S.Pd., selaku Ketua LMDH Watu Blorok

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. KPH Perhutani Mojokerto

Pemerintah dalam ekowisata berfungsi sebagai regulator, atau pembuat kebijakan dan peraturan [5]. Lahan seluas 5 Ha merupakan kepemilikan dari KPH Perhutani Mojokerto yang diserahterimakan ke CV. MitraWisata Abadi sebagai investor dan pengelola untuk dilakukan pengembangan Wisata Bukit Kayoe Putih. KPH Perhutani berperan dalam menetapkan regulasi, utamanya terkait dengan kelestarian lingkungan area Wisata Bukit Kayoe Putih mulai dari perencanaan, pembangunan, dan pengelolaan. Contoh konkritnya adalah larangan pembangunan permanen dengan tetap mementingkan daerah resapan air.

“KPH Perhutani adalah pemilik lahan, yang menyiapkan lahan. Terus mengawasi juga proses pembangunan pembangunan wahana-wahana baru. Saya sangat berpesan sama Divre (Divisi Regional); tidak boleh ada bangunan permanen, boleh memang tidak apa-apa untuk membangun wahana-wahana baru, namun yang ada resapan air. Contohnya dengan paving, boleh memang itu menciptakan suasana nyaman kan, kalau dengan paving. Yang penting tidak dibangun permanen. Ya itu perannya perhutani memang disitu, nomer 1 malahan. Kita harus sama-sama saling menjaga karena sesuai dengan amanah saya untuk mengawal. Kelestarian alam kelestarian lingkungan itu yang diutamakan. Saya itu ada dua ya tugas: mengawal perencanaan SDH dan pengembangan bisnis. Ini (tugas bu Indah) satu paket jadi mas Aldi, pengembangan bisnis dan perencanaan Sumber Daya Hutan, itu satu paket agar dua-duanya sejalan, tidak ada yang saling ini ya, tetep mengedepankan ketentuan yang berlaku. Jadi tugas saya peran saya disitu untuk tetap meksanakan perencanaan sumber daya hutan dan melakukan pengembangan bisnis, yang sesuai dengan portofolio SDH dan pengembangan bisnis itu yang harus saya kawal selaku tugas saya sebagai kepala seksi perencanaan SDH dan pengembangan bisnis.” –Dra. Indah Handayani.

Selain daripada kelestarian hutan, KPH Perhutani juga bertanggung jawab dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi dalam perkembangan Wisata Bukit Kayoe Putih.

“Saat kemarin kita melakukan Monev, monitoring dan evaluasi BKP, terlihat kurang pohon-pohon peneduh. sehingga terasa agak panas dan agak berdebu. Waktu itu belum ada hujan ya, jadi banyak debu saat kita berjalan. Nah, kedepannya saat, pembangunan siteplan ke depan itu ditanam pohon-pohon peneduh, yang akan menciptakan suasana nyaman tentunya oleh para pengunjung. Ada lagi satu hal nih mas Aldi, diparingi papan-papan peringatan karena lahannya cukup berbahaya dan bertebing.” –Dra. Indah Handayani.

Pemerintah KPH Perhutani memiliki peran penting dalam sinergi *three-party*, sebab pemerintah menjadi pemegang kebijakan utama yang kemudian tertuang dalam perjanjian kerja sama (PKS) antar seluruh pihak yang terlihat. Seperti disampaikan oleh Dra. Indah Handayani bahwa LMDH atau Lembaga Masyarakat Desa Hutan berperan dalam kaitannya dengan masyarakat sekitar Wisata Bukit Kayoe Putih. Sedangkan CV. Mitra Wisata Abadi sebagai pihak swasta yang berperan sebagai investor dan pengelola, bertugas dalam segi bisnis pengelolaan destinasi wisata, termasuk di dalamnya pengelolaan target pendapatan dan manajemen operasional-pemasaran. Sinergi KPH Perhutani dengan CV. Mitra Wisata Abadi divalidasi oleh Drh. Rully Effendi selaku Direktur Utama CV. Mitra Wisata Abadi.

“Mitra Wisata Abadi, dan juga LMDH Watu Blorok, dan perjanjian three-party itu, untuk prosentasenya kemarin itu sesuai dengan perjanjian bagi hasil, sesuai dengan MOU, kemarin bagi hasilnya, untuk Perhutani 35 %, LMDH 5%, untuk investornya atau CV nya kurang lebih 60%.” – Rokim, S.Pd.

4.2. CV. Mitra Wisata Abadi

Berdiri sejak Juni 2021, Wisata Bukit Kayoe Putih meraih *break even point* (BEP) atau balik modal hanya dalam waktu satu tahun lamanya. Keberhasilan ini tak lain adalah usaha dari *three-party* dengan peran utama pihak swasta dalam mengembangkan strategi bisnis [5]. Wisata Bukit Kayoe Putih. Ada tiga alasan kuat dari sudut pandang bisnis yang memperbesar proyeksi kesuksesan Wisata Bukit Kayoe Putih, dimulai dari rendahnya kompetitor.

“Karena, yang saya tau hampir-hampir di Indonesia ini, bisa dikatakan mungkin belum ada tempat wisata di area hutan kayu putih. Kalaupun ada, ya mungkin beda provinsi atau beda pulau. Saya mencari lokasi wisata yang jauh dari destinasi wisata lain. Kenapa? Karena saya ingin dalam mengelola nanti saya tidak terlalu banyak kompetitor sehingga akan lebih mudah dalam mengelola nya nanti.” – Drh. Rully Effendi.

“Untuk khusus bukit kayoe putih ini memang secara umum di Mojokerto wilayah utara sungai Brantas itu memang belum banyak wisata yang ada di kawasan hutan atau Perhutani.” – Azis, S.Hut.

Kedua, belum banyak yang mengetahui wisata edukasi pembuatan minyak kayu putih di Indonesia, bahkan Bukit Kayoe Putih kemungkinan besar adalah wisata kayu putih satu-satunya di Indonesia.

“Wisata Bukit Kayoe Putih ini, menurut rencana awal, ada berbagai macam wahana ya, jadi kalau misalkan saya mau jelaskan dari awal dulu, ada wahana permainan air ada wahana edukasi, hutan mini kayu putih, ada camping groundnya juga. Juga ada rest areanya untuk orang minum-minum, ngopi-ngopi, santai-santai. Terus juga ada glampingnya juga. Nah, untuk mewujudkan itu semua membutuhkan waktu yang lama, jadi kita bagi menjadi tiga tahap. Tahap pertama, itu kita putuskan untuk membangun rest areanya yang kita istilahnya cafenya, terus wahana permainannya, kolam renang khusus anak-anak. Terus juga pujasera-pujasera, yang untuk mendukung orang-orang yang datang untuk sambil kuliner di sini.”

Ketiga, adanya kerjasama *three-party* memungkinkan CV. Mitra Wisata Abadi untuk mengelola bisnis dengan modal yang tidak terlalu besar.

“Kita ingin membuat tempat wisata itu dengan modal seminimal mungkin. Untuk itu, saya berpikir: kalau saya harus membeli lokasi atau lahan, wisata ini tentunya butuh dana yang cukup besar. Karena, selain lahan kita juga harus

menyiapkan dana untuk pembangunannya. Sedangkan dengan bekerja sama dengan pihak KPH atau Perhutani (selaku pemilik lahan), kita cukup menyiapkan dana untuk pembangunannya aja. Jadi, akan lebih sedikit dana yang kita butuhkan untuk proses pembangunannya.” – Drh. Rully Effendi.

4.3. LMDH Watu Blorok

Keberadaan Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-Government Organization*) berperan dalam mediasi antara masyarakat dengan destinasi wisata terkait supaya situasi tetap kondusif dan kesejahteraan masyarakat meningkat [5].

“Nah, saya sendiri pribadi itu sangat bersyukur dengan adanya wisata ini. Karena selain membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar, juga membuat lapangan usaha, terutama untuk warga sekitar juga. Yang kemarin itu cuman profesinya sebagai petani, alhamdulillah, sekarang karena dari awal perjanjian antara LMDH, dengan perhutani juga dengan investor, petani yang terdampak itu dijatah untuk dibuatkan satu stand untuk jualan, karena sebagai pengganti lahan mereka pertanian yang dibangun untuk wisata. Alhamdulillah, semua warga masyarakat desa hutan saya ini bisa berjualan disini, dan alhamdulillah penghasilan juga semakin meningkat dibandingkan dengan pada waktu usaha pertanian kemarin.” – Rokim, S.Pd.

Selain daripada itu, pelestarian budaya masyarakat juga berjalan dengan baik dengan adanya keberadaan Wisata Bukit Kayoe Putih yang mampu mengakomodasi tempat untuk acara kemasyarakata lokal, seperti Kenduren, Ruah Desa, dan Muludan. Ketiga acara ini merupakan acara syukuran yang telah menjadi budaya masyarakat Kabupaten Mojokerto. Dengan demikian, sinergi *three-party* terbukti efektif dengan tercapainya tiga tujuan ekowisata, yaitu keberlanjutan ekonomi (kesejahteraan masyarakat lokal di area ekowisata), keberlanjutan lingkungan (kelestarian alam semesta, keanekaragaman hayati dan peradaban), keberlanjutan budaya atau warisan luhur (peradaban budaya dan nilai tradisi) [5].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya sistem kerja sama tiga pihak, peran masyarakat sekitar dan antusiasme wisatawan yang tinggi membuat pengelola (CV. Mitra Wisata Abadi) dapat dengan mudah

mengelola destinasi Wisata Bukit Kayoe Putih. Kolaborasi yang kuat antara CV. Mitra Wisata Abadi, KPH Mojokerto, dan LMDH Watu Blorok dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan destinasi tersebut telah mendorong perkembangan pesat Wisata Bukit Kayoe Putih, bahkan sejak masa pembangunan yang telah menjadi viral di berbagai platform media sosial.

Hasil wawancara peneliti dengan para informan mengungkapkan persepsi yang seragam di antara mereka. Dalam semua topik yang dibahas selama wawancara, terdapat dua informan yang memiliki pandangan serupa tentang berbagai aspek, termasuk kerja sama tiga pihak, identifikasi potensi wisata, respon pengunjung, dan kesejahteraan masyarakat. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kerja sama tiga pihak terjadi karena adanya keinginan bersama untuk mencapai hasil yang positif dari kerja keras bersama, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Penulis berpendapat bahwa CV. Mitra Wisata Abadi, sebagai pengelola Wisata Bukit Kayoe Putih, sebaiknya mempercepat proses pembangunan agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan yang lebih dan masyarakat sekitar dapat menikmati peningkatan ekonomi. Selesaiannya pembangunan berpotensi meningkatkan jumlah wisatawan, seperti yang terbukti dari viralnya Wisata Bukit Kayoe Putih sebelum pembangunan selesai.

Penelitian mendatang dapat mengkaji kerja sama tiga pihak di destinasi wisata lain, termasuk wisata air atau alam. Bagi para peneliti dan pembaca penelitian ini yang tertarik dalam bidang pariwisata, penerapan kerja sama tiga pihak ini dapat menjadi model yang berguna di wilayah yang berada di bawah kendali KPH Perhutani.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Sukmaratri and M. Damayanti, "Diversifikasi Produk Wisata Sebagai Strategi Pengembangan Daya Saing Wisata Kota Batu," *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, vol. 12, no. 3, pp. 325–335, 2016.
- [2] N. Tashandra, "Wisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto: Jam Buka, Harga Tiket, dan Rute," *Kompas.com*, Sep. 25, 2022.
- [3] D. M. Utami, "ANALISIS POTENSI KAWASAN OBYEK WISATA PANTAI ALAM INDAH DAN PANTAI PURWAHAMBIA INDAH DI KOTA TEGAL JAWA TENGAH," Thesis, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2017.
- [4] Y. Hermawan, S. Hidayatullah, S. Alviana, D. Hermin, and A. Rachmadian, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Edukasi dan Dampak yang Didapatkan Masyarakat Desa Pujonkidul," *Edusia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Asia*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, Jul. 2021, doi: 10.53754/edusia.v1i1.21.

- [5] T. S. Kaihatu, I. D. G. S. W. Dutha, and L. P. Budidharmanto, *Model Pengembangan Pemasaran Ekowisata di Kalangan Milenial*. Bakul Buku Indonesia, 2021.
- [6] Saryono and M. D. Anggraeni, *Metode penelitian kualitatif dalam bidang kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Media, 2010.
- [7] A. Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011.
- [8] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2018.