



Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Wana Ayu Berbasis Unique Selling Point

Komang Winda Tarisa Dewi¹, Damianti², Luh Masdarini³

^{1,2,3} Universitas Pendidikan Ganesha

Abstrak

Received: 22 Juli 2026

Revised: 29 Juli 2026

Accepted: 5 Agustus 2026

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan potensi daya tarik wisata yang terdapat di Air Terjun Wana Ayu dengan berbasis Unique Selling Point. Data utama dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak pengelola dan masyarakat Desa Padangbulia. Analisis yang digunakan dalam penelitian meliputi analisis deskriptif kualitatif. Instrumen penelitian yang digunakan terdiri dari lembar observasi, pedoman wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Unique Selling Point air terjun Wana Ayu ini dapat diperoleh dengan menganalisis komponen daya tarik wisata yakni *Something to see* dengan keindahan alam yang masih asri ditambah formasi batu paras yang memiliki kesan eksotis menjadi keunikan geologis yang terdapat di Air Terjun Wana Ayu, *Something to do* dengan adanya aktivitas yang dapat dilakukan seperti hiking, berenang, berfoto dan juga piknik di Air Terjun Wana Ayu dan disediakan fasilitas penunjang yang memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan, *Something to buy* dengan adanya warung makanan dan minuman di kawasan Air Terjun serta ada penjual produk kopi bubuk khas Desa Padangbulia yang bisa dijadikan oleh-oleh khas, *Something to learn* dengan adanya penemuan dan peninggalan pada zaman dahulu di Air Terjun Wana Ayu dapat mengetahui dan menambah wawasan bagi pengunjung. Hasil penelitian dari menganalisis komponen 4S tersebut dapat mengetahui daya tarik wisata Air Terjun Wana Ayu yang memiliki nilai Unique Selling Point sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata di Air Terjun Wana Ayu

Kata Kunci: Air Terjun, Potensi, 4S, Unique Selling Point

(*) Corresponding Author: windatarisadewi@gmail.com

How to Cite: Dewi, K., Damianti, D., & Masdarini, L. (2026). Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Wana Ayu Berbasis Unique Selling Point. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(8.A), 1-11. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14771>.

PENDAHULUAN

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan daya tarik dan obyek wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai nilai estetika serta keunikan meliputi keberagaman kekayaan alam, budaya, dan buatan manusia yang menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah wisata. Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati, dan peninggalan sejarah dan budaya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Purwoko (2015) wisata alam merujuk pada jenis pariwisata yang berfokus pada eksplorasi dan apresiasi terhadap alam. Sumber daya alam yang melimpah dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya yang ada dapat dikelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu dan materi, karena ketidakberhasilan dalam mengelola suatu sumber daya



tersebut (Permatasari, 2020).

Selama ini Pulau Bali merupakan pulau yang mengandalkan objek-objek alam, budaya, dan hasil-hasil karya seni sebagai salah satu daya tarik pariwisata. Pulau Bali juga merupakan pulau yang menghasilkan devisa terbesar di Indonesia melalui kegiatan-kegiatan kepariwisataannya berupa pembelanjaan yang besar oleh wisatawan. Salah satu kabupaten yang ada di Bali yaitu Kabupaten Buleleng memiliki banyak objek wisata yang mampu menarik wisatawan untuk datang dan berkunjung.

Buleleng terletak di bagian paling utara Pulau Bali dengan wilayah terluas diantara 9 kabupaten dan kota yang terdapat di Bali. Perkembangan kepariwisataan di Kabupaten Buleleng tidak bisa lepas dari keberadaan objek wisata dan fasilitas pendukung lainnya sebagai daerah tujuan wisata. Kabupaten Buleleng memiliki berbagai jenis wisata baik itu wisata alam maupun wisata budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Buleleng. Daya Tarik wisata budaya yang khas di Buleleng salah satunya berasal dari daerah Desa Pedawa, Sidatapa, Cempaga, dan Tigawasa yang merupakan desa kuno atau sering disebut dengan Desa Baliaga (Punarbawa dkk., 2016). Sedangkan untuk wisata alam khas di Kabupaten Buleleng terdapat air terjun, pantai dan sumber air panas. Dari 129 desa yang ada di Kabupaten Buleleng yang memiliki wisata alam salah satunya Desa Padangbulia yang memiliki wisata alam air terjun yang disebut air terjun Wana Ayu.

Berdasarkan observasi di lapangan dan wawancara pada tanggal 19 Juli 2024 dengan I Gede Heru Ugrayana selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Babakan Sari, serta Nengah Nuada selaku pengelola air terjun Wana Ayu. Desa Padangbulia banyak potensi yang dapat dijadikan daya tarik wisata salah satunya air terjun Wana Ayu yang masih terjaga keindahan alamnya. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Heru air terjun Wana Ayu memiliki potensi yang bagus untuk dijadikan objek wisata di desa Padangbulia, dilihat dari keindahan air terjun dan didukung dengan adanya peninggalan sejarah yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa Padangbulia. Pesona yang dimiliki air terjun Wana Ayu terdapat tebing yang tinggi dalam perjalanan menuju air terjun untuk dijadikan spot foto yang bagus, terdapat sungai untuk wisatawan mandi, di Wana Ayu juga terdapat bunker dan senderan yang memiliki cerita sejarah. Selain itu kegiatan wisata yang dapat dilakukan wisatawan yaitu ada *hiking* di sekitar Wana Ayu. Pemanfaatan budaya dan sejarah lokal tidak hanya mampu memperkuat identitas suatu kawasan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang autentik sehingga menjadi nilai tambah dibandingkan destinasi lain (Mayuni dkk., 2024). Namun kenyataannya air terjun Wana Ayu belum dikenal secara luas oleh para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, suatu destinasi belum dapat berkembang secara optimal apabila pengelolaannya belum dilakukan dengan baik (Alpia dkk., 2024). Potensi tersebut akan memberikan nilai tambah apabila dikelola secara optimal, terutama dengan mengembangkan keunikan yang dimiliki sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Muliana dkk., 2022; Apriliani & Ariani, 2025). Air terjun wana ayu merupakan objek wisata baru yang memiliki potensi daya tarik wisata namun masih berkembang

secara spontan dan belum dikembangkan secara optimal sehingga perlu digali daya tarik yang memiliki nilai *unique selling proposition*. *Unique selling proposition* atau yang sering juga disebut *unique selling point* merupakan keunikan yang dimiliki suatu produk atau destinasi sehingga mempunyai nilai lebih dibandingkan produk atau destinasi lain dalam kategori yang sama. Keunikan tersebut menjadi ciri khas yang membedakan suatu destinasi dengan destinasi sejenis (Wijayanti, 2017).

Pentingnya menggali potensi *Unique Selling Point* yang terdapat di objek wisata Air Terjun Wana Ayu sebagai aspek pengembangan pariwisata disebabkan adanya objek daya tarik wisata alam sejenis yang lainnya di sekitar kawasan. Adanya nilai *Unique Selling Point* diharapkan Air Terjun Wana Ayu akan memiliki nilai lebih sehingga mampu bersaing, berkembang, dan memiliki eksistensi dibandingkan dengan objek daya tarik wisata sejenis yang sudah lebih dahulu ada. Karakteristik khas tersebut tidak hanya berperan dalam meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga mendukung pelestarian identitas lokal sebagai bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan (Suriani dkk., 2026). Selain itu, pengembangan daya tarik wisata perlu didukung oleh inovasi dan pengemasan produk wisata yang menarik agar potensi yang dimiliki semakin dikenal dan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan (Sukerti dkk., 2022). Pengembangan potensi wisata juga penting karena memberikan manfaat bagi keberlanjutan destinasi sekaligus berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat apabila potensi tersebut mampu dioptimalkan sebagai daya tarik wisata (Sukerti & Masdarini, 2023).

Keindahan alam, keunikan budaya, aktivitas wisata, dan potensi lokal sebuah daya tarik wisata mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan (Sari dkk., 2023). Analisis terhadap suatu destinasi wisata perlu dilakukan secara menyeluruh karena setiap destinasi memiliki karakteristik, potensi, serta tingkat kesiapan yang berbeda-beda (Cahyanti dkk., 2026). *Unique Selling Point* (USP) merupakan keunikan yang akan dijual kepada pasar sehingga menjadi daya tarik untuk wisatawan berkunjung ke destinasi wisata. Keunikan tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya tarik sekaligus memperkuat posisi destinasi di tengah persaingan pariwisata (Arismayanti dkk., 2024). Dalam mengidentifikasi USP sebagai pendekatan dalam menggali potensi yang ada pada air terjun Wana Ayu, baik potensi alam, potensi budaya, dan lain sebagainya. Hasilnya diramu dan dipilih yang mana merupakan kekhasan dan keunikan air terjun Wana Ayu untuk diangkat sebagai USP. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan mengenai potensi air terjun wana ayu menjadi daya tarik wisata berbasis *unique selling point*, peneliti ingin mengkaji melalui analisa 4 komponen daya tarik wisata (*Something to see, Something to learn, Something to do, Something to buy*).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis atau metode penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan penelitian langsung, wawancara dan dokumentasi di lokasi penelitian tersebut. Sugiyono, 2019 metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme (tepatnya fenomenologi), yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah di

mana peneliti sendiri adalah instrumennya, teknik pengumpulan data dan dianalisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan situasi, masalah dan kejadian di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata Air Terjun Wana Ayu yang didapatkan melalui analisa komponen daya tarik wisata 4S (Something to see, Something to learn, Something to do, Something to buy).

Dalam rancangan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa langkah pertama yang akan dilakukan peneliti yaitu melakukan observasi awal dengan langsung melakukan pengamatan ke Air Terjun Wana Ayu dan melakukan dokumentasi, kemudian langkah kedua yaitu mencari kajian teori yang sesuai dengan pengkajian mengenai objek yang akan peneliti teliti yakni potensi Air Terjun Wana Ayu, selanjutnya pada langkah ketiga yakni melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi berdasarkan instrumen yang telah dibuat untuk membantu peneliti mencari data terkait potensi Air Terjun Wana Ayu, langkah keempat yakni menganalisis data yang telah terkumpul dengan menggunakan komponen 4S, lalu langkah selanjutnya yaitu menyeleksi data (reduksi data), data yang telah diseleksi disusun (penyajian data). Selanjutnya yang terakhir yakni penyimpulan yang dimana peneliti akan melakukan kesimpulan berupa laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini adalah potensi daya tarik wisata yang menjadi kekhasan dan keunikan air terjun Wana Ayu untuk dijadikan nilai *Unique Selling Point* dengan menggunakan analisis 4 komponen daya tarik wisata yakni *something to see*, *something to do*, *something to buy* dan *something to learn*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Potensi dan Nilai *Unique Selling Point* Air Terjun Wana Ayu

Komponen 4S	Deskripsi Potensi & Daya Tarik	Nilai Unique Selling Point
Something to see	Air terjun Wana Ayu setinggi 35 meter dengan debit air deras dan jernih Keunikan geologis berupa dinding tebing dengan formasi batu cadas/paras warna cokelat kehitaman. Keberadaan pelinggih pelukatan dan pancoran Tirta Sudamala.	Keunikan dan spiritual: satu-satunya air terjun di kawasan sekitar yang dikelilingi formasi tebing batu paras eksotis yang dipadukan dengan nilai tradisi melukat

Something to do	1. Aktivitas fisik: <i>hiking</i> melalui jalur alami, berenang di sungai Mantug dan kolam air terjun 2. Aktivitas visual: fotografi/videografi di tebing paras dan plataran (<i>viewing deck</i>) 3. Aktivitasrelaksasi: piknik, santai di gubuk bangku kayu (<i>healing tourism</i>)	Pengalaman wisata petualangan dan healing: menawarkan perpaduan pengalaman aktivitas fisik alami (eksplorasi hutan dan tebing) dengan suasana tenang yang autentik (<i>hidden gem</i>)
Something to do	1. Warung makanan dan minuman disekitar pintu masuk 2. Produk hasil bumi lokal berupa Kopi Bubuk Cap Madu khas Desa Padangbulia.	Oleh-oleh lokal khas: produk kopi bubuk lokal tradisional dengan aroma harum alami khas madu yang tidak ditemukan ditempat lain.
Something to do	1. Nilai edukasi geologi dengan struktur batuan paras dan aliran ekosistem hutan 2. Edukasi sejarah dan budaya dengan peninggalan masa penjajahan seperti bunker, senderan, goa jepang, dan cagar budaya yakni sarkofagus (peti batu prasejarah).	Wisata edukasi: integrasi antara edukasi geologi dengan wisata sejarah perang/prasejarah dan kearifan lokal dalam satu Kawasan.

Dengan demikian, komponen 4S berbasis *Unique Selling Point* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai wisata alam berbasis pengalaman, keaslian, dan edukasi. USP yang dimiliki Air Terjun Wana Ayu menjadi pembeda utama dibandingkan dengan objek wisata air terjun yang lainnya.

PEMBAHASAN

1. **Something to See**

Temuan penelitian di Air Terjun Wana Ayu menunjukkan bahwa komponen *something to see* memiliki karakteristik yang menawarkan daya tarik yang bersumber dari perpaduan lanskap alam dan budaya yang masih berada dalam kondisi autentik. Daya tarik utama tersebut terlihat dari keberadaan formasi batu paras atau batu cadas yang membentang secara utuh dari bagian puncak hingga dasar air terjun dengan ketinggian sekitar 35 meter. Formasi batu ini memiliki warna coklat kehitaman yang kontras dengan vegetasi hijau di sekitarnya sehingga menghasilkan lanskap visual yang khas dan berbeda dari sebagian besar air terjun di Bali. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, karakteristik geologis tersebut merupakan fenomena yang relatif jarang ditemukan pada objek wisata air terjun lainnya di Bali sehingga memberikan identitas visual yang kuat bagi Air Terjun Wana Ayu. Dilihat dari hasil penelitian oleh Dianita (2025) mengenai *Storynomics Tourism*:

Sejarah Taman Ujung Karangasem Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Karangasem, yang juga menunjukkan bahwa wisatawan memperoleh pengalaman visual melalui keindahan lanskap, taman yang tertata, serta bangunan bersejarah yang menjadi identitas Taman Ujung Karangasem. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kekuatan visual suatu destinasi merupakan faktor penting dalam membentuk daya tarik wisata sekaligus memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi.

2. **Something to Do**

Pentingnya komponen *something to do* juga diperkuat oleh penelitian Rima (2024) yang berjudul *Kajian Potensi Daya Tarik Wisata Heritage di Indonesia*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas wisata idealnya tidak hanya bersifat pasif melalui kegiatan melihat atau mengamati objek wisata, tetapi juga memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas yang tersedia. Pada kawasan Kota Lama, misalnya, wisatawan dapat menyewa sepeda, menggunakan becak yang telah dimodifikasi sebagai properti berfoto, maupun berinteraksi dengan *action figure* yang disediakan sebagai bagian dari atraksi wisata. Beragam aktivitas tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan aktif wisatawan mampu meningkatkan kualitas pengalaman berwisata sekaligus memberikan nilai tambah terhadap daya tarik destinasi. Hasil penelitian di Air Terjun Wana Ayu menunjukkan bahwa konsep *something to do* telah berkembang lebih luas dibandingkan temuan yang dikemukakan oleh Rima (2024). Jika aktivitas wisata pada kawasan heritage lebih didominasi oleh kegiatan rekreatif dan hiburan yang berpusat pada kawasan perkotaan, maka aktivitas yang tersedia di Air Terjun Wana Ayu menawarkan pengalaman yang lebih beragam melalui interaksi langsung dengan lingkungan alam. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, aktivitas wisata di Air Terjun Wana Ayu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu aktivitas fisik dan eksplorasi, aktivitas visual dan dokumentasi, serta aktivitas relaksasi dan kontemplasi.

Aktivitas fisik dan eksplorasi menjadi pengalaman utama yang dapat dilakukan wisatawan ketika mengunjungi Air Terjun Wana Ayu. Wisatawan dapat melakukan hiking menyusuri jalur alami menuju lokasi air terjun, menikmati perjalanan melalui kawasan hutan yang masih asri, serta berenang di kolam alami maupun di aliran Sungai Mantug yang berada di sekitar kawasan wisata. Aktivitas tersebut tidak hanya memberikan pengalaman rekreasi, tetapi juga memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi secara langsung dengan lingkungan alam yang masih terjaga. Jalur *hking* yang memiliki tingkat kemiringan tertentu serta kondisi medan yang alami menghadirkan tantangan tersendiri bagi wisatawan sehingga mampu memberikan pengalaman petualangan (*adventure experience*) yang berbeda dengan destinasi wisata alam yang telah dikembangkan secara masif.

Selain aktivitas eksplorasi, Air Terjun Wana Ayu juga menawarkan aktivitas visual dan dokumentasi yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Keberadaan tebing batu paras yang menjulang tinggi, panorama air terjun, vegetasi hijau di sekeliling kawasan, serta *viewing deck* yang menghadap

langsung ke air terjun menciptakan berbagai sudut pandang yang menarik untuk kegiatan swafoto maupun pembuatan konten foto dan video. Aktivitas dokumentasi ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya menikmati keindahan destinasi secara langsung, tetapi juga berupaya mengabadikan pengalaman tersebut sebagai bagian dari ekspresi diri dan media berbagi pengalaman perjalanan kepada orang lain. Fenomena tersebut semakin memperkuat fungsi media sosial sebagai salah satu saluran promosi destinasi yang terbentuk secara organik melalui konten yang dibuat oleh wisatawan. Di samping aktivitas fisik dan dokumentasi, Air Terjun Wana Ayu juga menyediakan ruang bagi aktivitas relaksasi dan kontemplasi. Suasana kawasan yang masih tenang, minim kebisingan, serta didominasi oleh suara aliran air dan vegetasi alami memungkinkan wisatawan melakukan berbagai aktivitas seperti piknik di sekitar kawasan air terjun. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu tidak hanya menawarkan pengalaman petualangan, tetapi juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk memperoleh ketenangan psikologis melalui interaksi dengan lingkungan alam. Dalam beberapa tahun terakhir, kecenderungan wisatawan untuk mencari destinasi yang mampu memberikan pengalaman *wellness* dan *healing* semakin meningkat, sehingga keberadaan aktivitas relaksasi tersebut menjadi salah satu nilai tambah yang dimiliki Air Terjun Wana Ayu.

Keragaman aktivitas yang tersedia menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu mampu melayani lebih dari satu segmen wisatawan secara bersamaan. Wisatawan yang memiliki motivasi mencari tantangan dapat memanfaatkan jalur *hiking* dan aktivitas eksplorasi alam, wisatawan yang berorientasi pada pengalaman visual dapat memanfaatkan berbagai spot fotografi yang tersedia, sedangkan wisatawan yang mencari ketenangan dapat melakukan aktivitas menikmati suasana alam melalui kegiatan piknik. Keberagaman pilihan aktivitas tersebut memperlihatkan bahwa satu destinasi mampu memenuhi kebutuhan dan motivasi perjalanan yang berbeda-beda tanpa harus menghilangkan karakter utamanya sebagai wisata alam berbasis konservasi. Kondisi ini menjadi salah satu kekuatan Air Terjun Wana Ayu dalam membangun pengalaman wisata yang lebih inklusif dibandingkan destinasi yang hanya menawarkan satu jenis aktivitas

3. **Something to Buy**

Something to buy ditegaskan dalam penelitian Helpiastuti (2019) yang berjudul *Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata kreatif tidak dapat dipisahkan dari keberadaan produk lokal yang memiliki nilai jual serta mampu melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama ekonomi kreatif. Melalui pengembangan produk khas daerah, masyarakat tidak hanya memperoleh manfaat ekonomi dari meningkatnya jumlah wisatawan, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memperkenalkan identitas budaya dan potensi lokal kepada pengunjung. Dengan demikian, *something to buy* menjadi salah satu instrumen penting dalam mewujudkan pariwisata yang memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat sekitar destinasi.

Berdasarkan hasil penelitian di Air Terjun Wana Ayu, komponen

something to buy merupakan aspek yang paling lemah dibandingkan dengan tiga komponen daya tarik wisata lainnya, yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to learn*. Hasil observasi menunjukkan bahwa fasilitas penjualan yang tersedia di kawasan wisata masih terbatas pada warung-warung sederhana yang menyediakan makanan ringan dan minuman umum yang mudah ditemukan di berbagai tempat. Produk yang dijual belum mencerminkan identitas khas Air Terjun Wana Ayu maupun Desa Padangbulia sebagai lokasi destinasi wisata. Kondisi tersebut menyebabkan wisatawan belum memperoleh pilihan cenderamata yang dapat dijadikan sebagai simbol pengalaman atau kenangan setelah mengunjungi Air Terjun Wana Ayu. Meskipun demikian, hasil penelitian menemukan adanya potensi produk lokal yang berpeluang dikembangkan sebagai identitas destinasi, yaitu kopi bubuk Cap Madu yang diproduksi secara langsung oleh masyarakat Desa Padangbulia. Produk tersebut menjadi satu-satunya produk yang memiliki keterkaitan dengan potensi lokal desa serta memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai oleh-oleh khas bagi wisatawan. Keberadaan kopi lokal tersebut menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu sebenarnya telah memiliki modal awal dalam membangun komponen *something to buy*, meskipun pemanfaatannya masih sangat terbatas. Hingga saat ini, kopi Cap Madu belum dikemas secara khusus sebagai produk wisata, belum memiliki strategi pemasaran yang terintegrasi dengan pengelolaan destinasi, serta belum diposisikan sebagai bagian dari identitas wisata Air Terjun Wana Ayu.

4. **Something to Learn**

Menurut Yoeti dalam Heliastuti (2019), *something to learn* merupakan segala sesuatu yang dapat dipelajari oleh wisatawan sehingga kunjungan wisata tidak hanya menghasilkan pengalaman rekreasi, tetapi juga memberikan manfaat edukatif yang mampu memperkaya pengetahuan pengunjung. Oleh karena itu, destinasi wisata yang memiliki nilai edukasi umumnya mampu memberikan pengalaman yang lebih mendalam dibandingkan destinasi yang hanya mengandalkan keindahan visual atau aktivitas rekreatif. Hasil penelitian di Air Terjun Wana Ayu menunjukkan bahwa komponen *something to learn* memiliki cakupan pengetahuan yang lebih beragam dan multidimensional. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, wisatawan tidak hanya memperoleh satu jenis informasi mengenai destinasi, melainkan dapat mempelajari berbagai aspek yang saling berkaitan, mulai dari nilai filosofis, fenomena geologi, hingga sejarah kawasan. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata alam, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan, sejarah, budaya, dan kearifan lokal dalam satu kawasan.

Lapisan pengetahuan pertama yang dapat dipelajari wisatawan berkaitan dengan aspek etimologis dan filosofis. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari tokoh masyarakat dan pengelola destinasi, nama "Wana Ayu" berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *wana* yang berarti hutan dan *ayu* yang berarti indah, sehingga secara filosofis dimaknai sebagai "hutan yang indah". Lapisan pengetahuan kedua berkaitan dengan aspek geologi. Air Terjun Wana Ayu memiliki karakteristik geologis yang berbeda dibandingkan sebagian besar air terjun di Bali karena terbentuk oleh formasi batu paras atau batu cadas yang

membentang secara utuh dari bagian atas hingga dasar air terjun. Lapisan pengetahuan ketiga berkaitan dengan aspek sejarah. Kawasan Air Terjun Wana Ayu menyimpan berbagai peninggalan sejarah berupa senderan, bunker, dan Goa Jepang yang dibangun pada masa pendudukan Jepang sekitar tahun 1942–1945 melalui sistem kerja paksa *romusha*. Selain itu, ditemukan pula sebuah *sarcophagus* yang merupakan peti jenazah batu peninggalan masa prasejarah.

Secara keseluruhan, pembahasan terhadap keempat komponen 4S menunjukkan bahwa potensi daya tarik wisata Air Terjun Wana Ayu terbentuk melalui hubungan yang saling melengkapi antarkomponen. Komponen *something to see* menghadirkan keunikan visual berupa perpaduan lanskap geologis dan budaya spiritual yang membangun citra destinasi yang khas. Komponen *something to do* menyediakan beragam aktivitas yang mampu mengakomodasi berbagai motivasi perjalanan wisatawan, mulai dari petualangan, rekreasi, hingga *wellness tourism*. Selanjutnya, komponen *something to learn* memberikan nilai tambah berupa pengalaman edukatif yang mengintegrasikan aspek sejarah, filosofi, geologi, dan budaya sehingga memperkaya makna kunjungan wisatawan. Di sisi lain, komponen *something to buy* masih menjadi aspek yang paling lemah karena belum mampu mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif masyarakat melalui pengembangan produk khas destinasi.

KESIMPULAN

Air terjun Wana Ayu memiliki potensi daya tarik wisata untuk dikembangkan menjadi destinasi unggulan di Desa Padangbulia. Menggali dan mengangkat potensi yang dimiliki air terjun Wana Ayu berbasis *unique selling point* menggunakan analisis komponen daya tarik wisata yakni;

Pada komponen *something to see* yang ada di air terjun Wana Ayu terdapat pemandangan alam Wana Ayu yang cantik dengan tebing-tebing berwarna coklat kehitaman yang memiliki formasi batu paras terkesan eksotis dan juga terdapat tempat untuk melukat sebagai nilai budaya yang dipercaya oleh masyarakat Desa Padangbulia. Hal ini menjadikan air terjun Wana Ayu memiliki keindahan alam yang unik dan budaya yang kuat. Keunikan ini menjadi daya tarik utama karena memberikan pengalaman visual yang berbeda dibandingkan dengan objek wisata air terjun yang telah berkembang secara komersial.

Kemudian *something to do*, wisatawan tidak hanya menikmati keindahan air terjun Wana Ayu tetapi juga dapat melakukan aktivitas hiking, berenang dan yoga yang memberikan manfaat bagi kesehatan dan ketenangan dalam diri. Selain itu wisatawan dapat mengambil video dan foto dengan pemandangan air terjun Wana Ayu yang indah. Dengan didukung fasilitas penunjang yang tersedia seperti tempat loket, tempat parkir, tempat sampah, dan akses jalan menuju air terjun Wana Ayu. Aktivitas yang dapat dilakukan di Air Terjun Wana Ayu memperkuat USP sebagai destinasi wisata yang menawarkan ketenangan dan keaslian lingkungan, yang saat ini menjadi tren dalam preferensi wisatawan yang mencari *healing tourism*. Meskipun fasilitas masih terbatas, kondisi ini justru memperkuat nilai keaslian destinasi. Namun tetap memerlukan pengelolaan yang tepat agar dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan tanpa menghilangkan karakter utamanya.

Pada komponen *something to buy*, meskipun belum berkembang secara optimal, terdapat potensi produk lokal yang dapat ditawarkan kepada wisatawan yakni produk kopi yang diproduksi langsung oleh masyarakat secara tradisional menjadikan produk khas Desa Padangbulia yang dapat dibeli oleh wisatawan yang berkunjung. Produk kopi ini mencerminkan keaslian dan identitas lokal yang dapat menjadi nilai tambah dalam pengembangan wisata. Dengan kekhasan kopi bubuk yang harumnya seperti madu, produk ini berbeda dari produk pesaing sehingga dapat menjadi nilai *unique selling point*.

Selanjutnya, *something to learn* di Air Terjun Wana Ayu memiliki potensi sebagai sarana edukasi lingkungan dan sejarah. Wisatawan dapat mempelajari dan menambah wawasan terkait ekosistem hutan, geologis air terjun, cerita sejarah peninggalan pada zaman dulu. Wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alamnya namun juga dapat pengetahuan yang memberikan nilai tambah bagi intelektual wisatawan. Dengan adanya senderan, bunker dan Goa Jepang menjadi USP yang menarik bagi wisatawan. Hal ini memperkuat posisi objek wisata air terjun Wana Ayu sebagai destinasi yang tidak hanya menawarkan rekreasi, tetapi juga edukasi.

Dengan demikian, komponen 4S berbasis *Unique Selling Point* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Air Terjun Wana Ayu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai wisata alam berbasis pengalaman, keaslian, dan edukasi. USP yang dimiliki Air Terjun Wana Ayu menjadi pembeda utama dibandingkan dengan objek wisata air terjun yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpia, B. N., Masdarini, L., & Ariani, R. P. (2024). Potensi Bendungan Pengga sebagai Destinasi Wisata Di Desa Pelambik Kecamatan Praya Barat Daya Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 15(1).
- Apriliani, D. A. Y., & Ariani, R. P. (2025). Analisis Potensi Twin Waterfall Sebagai Daya Tarik Wisata Alam Di Desa Wanagiri Kecamatan Sukasada. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 16(1), 8–16.
- Arismayanti, N. K., Andiani, N. D., & Kusyanda, M. R. (2024). Tourist satisfaction model: Structural relationship of destination image, electronic word of mouth, and service quality in Bali destination. *Nurture*, 18(2), 360–372.
- Aryawan, I. M. D., Adnyawati, N. D. M. S., & Suriani, N. M. (2018). Potensi Objek Wisata Sejarah Di Kota Singaraja. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 9(2), 143–154.
- Febriyani, Desak Made Dianita, Risa Panti Ariani, Made Riki Ponga Kusyanda. 2025. Storynomics Tourism: Sejarah Wisata Taman Ujung Karangasem Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Karangasem. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* 16(1).
- Cahyanti, K. H., Kusyanda, M. R. P., & Suriani, N. M. (2026). Kajian Literatur Analisis Destinasi Wisata Berdasarkan Komponen 4A. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 17(1), 115–124.
- Damayanti, R. A., & Puspitasari, A. Y. (2024). Kajian potensi daya tarik wisata

- heritage di Indonesia. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(1), 13–34
- Helpiastuti, S. B. (2019). Pengembangan destinasi pariwisata kreatif melalui pasar lumpur. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(1), 13–23.
- Mayuni, P. A., Budhyani, I. D. A. M., Sudirtha, I. G., Widiartini, N. K., & Angendari, M. D. (2024). The Effect of Local Culture Utilization as a Learning Source towards Students' Creativity in Vocational Education. In *5th Vocational Education International Conference (VEIC-5 2023)* (pp. 565–570). Atlantis Press.
- Muliana, M., Masdarini, L., & Ariani, R. P. (2022). Potensi Bendungan Pandan Duri Sebagai Destinasi Wisata Di Desa Pandan Duri Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 13(2), 66–71.
- Niu, Y., & Wang, C. L. (2016). Revised Unique Selling Proposition: Scale Development, Validation, and Application. *Journal of Promotion Management*, 22(6), 874–896.
- Permatasari, S. A. (2020). *Analisis Potensi Wisata Air Terjun Widuri Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Grobogan*. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
- Punarbawa, M. A., Nuridja, I. M., & Suwena, K. R. (2016). Keterserapan Tenaga Kerja pada Industry Pariwisata Di Kabupaten Buleleng Tahun 2011-2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 6(1).
- Sari, B. N., Ariani, R. P., & Kusyanda, M. R. P. (2023). Analisis Potensi Bahari Pantai Sedahan Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Jepitu Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Bosaparis: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 14(3), 1–10.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukerti, N. W., & Masdarini, L. (2023). Identifikasi Potensi Uma Lengge Sebagai Destinasi Wisata Budaya Di Desa Maria Kecamatan Wawo Kabupaten Bima. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 14(3), 21–32.
- Sukerti, N. W., Masdarini, L., & Aprilia, N. K. T. (2022). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Air Terjun Sing-Sing Di Desa Temukus Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 19(2), 140–149.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (2009).