



---

## Pelatihan Strategi Menarik Minat Wisatawan melalui Atribut dan Akses Jalan yang Indah dipandang di Bukit Lawang

### *Strategic Training to Attract Tourist Interest through Attributes and Access Roads that are Beautifully Viewed in Bukit Lawang*

Yusri<sup>1</sup>, Julian<sup>2</sup>, Alwi Fahruzy Nasution<sup>3</sup>, Herlina<sup>4</sup>, Tina Herianty Masitah<sup>5</sup>, Alinur<sup>6</sup>

<sup>2,6</sup>Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia  
<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana Medan  
<sup>2,5</sup>Universitas Alwashliyah Medan  
<sup>4</sup>Institut Kesehatan Medistra Lubuk Pakam  
*Corresponding Author\*: yusrish@gmail.com*

---

#### Abstrak

Kawasan wisata Bukit Lawang Sumatera Utara memang sudah cukup dikenal hingga ke manca negara, akan tetapi sarana maupun fasilitas disekitar wisata terkadang belum memadai seperti atribut menuju lokasi wisata dan di lokasi wisata. Perlu dilakukan penataan atribut wisata agar kawasan wisata ini lebih menarik. Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan saran dan solusi kepada pihak pengelola wisata dan masyarakat dalam penambahan atribut wisata dalam penataan kawasan wisata sehingga kawasan wisata lebih menarik dan diminati wisatawan serta memberikan kemudahan akses serta ketertarikan kepada wisatawan untuk berkunjung kembali dan memberitahukannya kepada saudara serta teman atau orang lain. Hasil kegiatan PKM: Pemasangan atribut dan Akses Jalan yang Indah menuju kawasan wisata sangat diperlukan bahkan menunjang minat wisatawan untuk berkunjung. Pemasangan atribut yang disarankan pada kegiatan PKM ini yaitu: 1) Pemasangan arah tempat wisata dimulai dari jalan besar menuju kawasan wisata bukit Lawang, 2) Pemasangan atribut berupa baliho yang menampilkan tempat wisata unggulan yang tersedia di beberapa titik strategis menuju lokasi wisata, 3) Pemasangan baliho sarana dan prasarana yang tersedia di tempat wisata, 4) Pemasangan harga jual pedagang baik food maupun non food termasuk assesoris khas kawasan wisata, 5) Pemasangan tarif parkir dan penggunaan sarana dan prasarana atau wahana yang ada di tempat wisata. Manfaat pemasangan atribut untuk memandu wisata menuju lokasi wisata dengan mudah, mengetahui gambaran keunggulan kawasan wisata dan transparansi harga yang ditawarkan di setiap tempat, wahana, souvenir dan makanan. Sehingga wisatawan merasa diberi kebebasan menentukan pilihan secara mudah untuk menyesuaikan dengan selera, keinginan dan tingkat ekonominya. Serta menghilangkan rasa kekhawatiran dibedakan dengan wisatawan lain atau takut ditipu dengan harga yang berbeda-beda untuk wisatawan tertentu. Saran: Pengelola wisata dapat berkoordinasi dengan pemerintah setempat dan mitra industri setempat dalam upaya mendukung pengadaan atribut tersebut, sehingga secara pendanaan akan terbantu dan legalitas pemasangan atribut mudah di dapat.

**Kata Kunci : Pelatihan; Strategi; Menarik Minat; Atribut Akses; Wisatawan**

#### Abstract

*The tourist area of Bukit Lawang, North Sumatra, is well known to foreign countries, but the facilities and facilities around tourism are sometimes inadequate, such as attributes to tourist sites and tourist sites. It is necessary to arrange tourist attributes so that this tourist area is more attractive. The purpose of this PKM activity is to provide suggestions*



*and solutions to tourism managers and the community in adding tourist attributes in structuring tourist areas so that tourist areas are more attractive and attractive to tourists and provide easy access and interest in tourists to visit again and tell relatives and friends or others. The results of the PKM activities: Installation of beautiful attributes and access roads to tourist areas is very necessary and even supports asking tourists to visit. The installation of the suggested attributes for this PKM activity is: 1) Installation of the direction of tourist attractions starting from the main road to the Bukit Lawang tourist area, 2) Installation of attributes in the form of billboards displaying superior tourist spots available at several strategic points leading to tourist sites, 3) Installation billboards for facilities and infrastructure available at tourist attractions, 4) Installation of selling prices for both food and non-food traders including accessories typical of tourist areas, 5) Installation of parking fees and use of facilities and infrastructure or rides in tourist attractions.*

*The benefits of installing attributes to guide tourists to tourist sites easily, get an overview of the advantages of tourist areas and transparency of the prices offered at every place, rides, souvenirs and food. So that tourists feel given the freedom to make choices easily to suit their tastes, desires and economic level. As well as eliminating the feeling of worry about being differentiated from other tourists or the fear of being cheated with different prices for certain tourists. Suggestion: Tourism managers can coordinate with the local government and local industry partners in an effort to support the procurement of these attributes, so that funding will be assisted and the legality of installing attributes is easy to obtain.*

**Keywords: Training; Strategy; Attract Interest; Access Attributes; Traveler**

## **PENDAHULUAN**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi sumber devisa Negara. Pariwisata dapat diharapkan menjadi penentu dan katalisator untuk pengembangan pembangunan sektor lainnya secara bertahap (Yoeti, 2000). Dewasa ini, pariwisata telah menjadi bagian dari gaya hidup bagi sebagian besar orang dan terus bertumbuh jumlahnya. Selama beberapa tahun terakhir, pariwisata menjadi sangat populer diantara warga dunia yang telah mengalami perubahan kebiasaan hidup, budaya dan peradaban (Lemy, 2017).

Pembangunan kepariwisataan pada umumnya diarahkan sebagai sektor andalan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan kawasan wisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat (Unga, 2011).

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, lingkungan dan budaya sehingga Indonesia sangat berpotensi dalam mengembangkan pariwisata sebagai sektor andalan masa depan (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, 2010). Dalam hal ini peran strategi promosi untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan. Perencanaan pariwisata menjadi

penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, pariwisata semakin kompetitif dan promosi destinasi wisata semakin gencar dilakukan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain, pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu (Nurulwaasi, 2017).

Kawasan wisata Bukit lawang Sumatera Utara memang sudah cukup dikenal hingga ke manca negara, akan tetapi sarana maupun pasilitas disekitar wisata terkadang belum memadai seperti atribut menuju lokasi wisata dan di lokasi wisata. Perlu dilakukan penataan atribut wisata agar kawasan wisata ini lebih menarik.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan saran dan solusi kepada pihak pengelola wisata dan masyarakat dalam penambahan atribut wisata dalam penataan kawasan wisata sehingga kawasan wisata lebih menarik dan diminati wisatawan serta memberikan kemudahaman akses serta ketertarikan kepada wisatawan untuk berkunjung kembali dan memberitahunya kepada saudara serta teman atau orang lain.

Objek wisata yang dikelola bersama masyarakat berupa kerja sama yang

disebut dengan pengelolaan berbasis masyarakat memiliki arti yang sangat penting dalam bidang pengelolaan sumberdaya alam. Objek wisata yang dilakukan dan dikembangkan bersama masyarakat memberikan kesan tersendiri bagi masyarakat yang ada di lingkungan wisata tersebut, sehingga dengan peran yang diberikan kepada masyarakat dapat lebih bertanggung jawab dan berperan penting dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata. Kepedulian masyarakat dalam menjaga sumberdaya alam yang ada di lingkungan mereka menjadi tugas utama untuk melestarikan lingkungan yang ada di tempat tinggal mereka, sehingga masyarakat sadar dan sangat peduli untuk kemajuan dan pengembangan objek wisata secara berkelanjutan (Nurmalasari, 2016).

Dalam memperkenalkan wisata baru dan untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisatawan untuk berkunjung maka harus ada strategi dari pengelola untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada calon wisatawan. Selain faktor budaya hal terpenting lainnya yang bisa menarik wisatawan untuk berkunjung adalah dari tingkat keunikannya. Karena semakin unik tempat wisata tersebut akan semakin menarik konsumen untuk berkunjung.

Aspek mendasar dalam keberhasilan mewujudkan daya tarik wisata dalam pembangunan kepariwisataan adalah dengan menciptakan lingkungan dan suasana kondusif. Lingkungan kondusif dapat diwujudkan dengan adanya perwujudan sadar wisata, diwujudkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat sekitar untuk berperan aktif dalam menciptakan suasana yang sehat dan indah di daerah tujuan wisata. Salah satunya yaitu dengan pemasangan atribut produk yang ditawarkan guna memberikan informasi kepada wisatawan apakah destinasi yang ada di pilihannya sudah layak atau tidak untuk dikunjungi. Mereka perlu memastikan dari segi kemenarikan atribut wisata sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. selain itu juga apakah fasilitas pendukung transportasi dan aksesibilitas telah memadai, dan juga tidak luput apakah produk sesuai dengan budget harga yang mereka harapkan. Karena semakin baik sarana dan prasarana yang dimiliki oleh suatu objek wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Namun, aspek-aspek tersebut belum semuanya terpenuhi di lokasi wisata. Salah satu permasalahan yang dihadapi di tempat wisata bukit lawang yaitu belum tersediannya fasilitas-fasilitas pendukung untuk menarik wisatawan yang berkunjung terutama dalam hal ini yaitu pemasangan atribut dan label harga dagangan. Atribut merupakan aspek yang penting. Seperti studi yang telah dilakukan oleh Kim, Chung, Petrick, & Park (2016), dimana hasil studinya menyebutkan bahwa atribut yang paling penting dari wisatawan asal Jepang dalam mempertimbangkan dalam membeli. Burusnukul, Binkley, & Sukalakamala (2011) menilai atribut yang menentukan wisatawan memilih suatu food service industry di

Phuket dan Bangkok. Dengan permasalahan di atas maka dipandang perlu untuk mengadakan pengabdian dengan melaksanakan program pelatihan di kawasan wisata bukit lawang kabupaten langkat sumatera utara.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan beberapa tahapan, dimulai dari observasi, pendekatan terhadap mitra, kesepakatan waktu pelaksanaan, jenis kegiatan yang akan dilakukan dan hasil yang akan diharapkan. Adapun tahapan tersebut yaitu:

Tahap persiapan

Dalam tahap ini kita mempersiapkan surat izin dengan pihak mitra, dan melakukan wawancara dengan pihak mitra kebutuhan mitra serta permasalahan yang dihadapi mitra. Selanjutnya tim pengabdian mempersiapkan mempersiapkan alat dan bahan.

Tahap pelaksanaan pelatihan

Pada tahapan ini, para tim pengabdian melakukan pelatihan kepada mitra terkait dalam pentingnya pemasangan atribut dan akses jalan yang indah dikawasan wisata bukit lawang.

### **PELAKSANAAN PKM**

Fokus utama kegiatan ini adalah membangun pemahaman dan kesadaran anggota masyarakat akan pentingnya lingkungan wisata yang indah dan unik. Kegiatan tersebut merupakan bentuk pengkomunikasian pentingnya lingkungan wisata yang inovatif dan selanjutnya membangun sikap sadar wisata masyarakat terhadap kawasan wisata bukit lawang.

#### **Koordinasi Pengadaan Fasilitas**

Berbagai fasilitas pendukung diperlukan untuk melengkapi kegiatan pelatihan. Koordinasi dilakukan untuk menentukan prioritas fasilitas yang akan diadakan sesuai dengan sumber dan ketersediaan pendanaan yang ada. Sehingga pengadaan fasilitas memberi manfaat dalam mendukung dan merevitalisasi Tempat Wisata Bukit Lawang untuk menciptakan lingkungan yang unik dan indah serta dengan menyediakan atribut dan label harga dagangan kepada para pedagang sekitar.

#### **Pelatihan Pemanfaatan dan Pemasangan Atribut**

Tema yang disampaikan dalam Pengabdian pada Masyarakat yaitu “Pelatihan Strategi Menarik Minat Wisatawan melalui Atribut dan Akses Jalan yang Indah dipandang di Bukit Lawang”. Sebelum pemaparan materi, dilakukan pre-test dengan menanyakan pada peserta mengenai pemahaman mereka terkait lingkungan wisata yang unik dan indah. Jawaban beragam disampaikan oleh peserta, namun kebanyakan peserta memahami pentingnya lingkungan wisata yang indah dan dampaknya bagi masyarakat dan pedagang sekitar terkait wisata yang unik, jawaban peserta cenderung kurang dalam menciptakan lingkungan wisata yang unik.

Dalam hal spesifik terkait tempat wisata, maka pengelola wisata dan masyarakat di sekitar lokasi berkontribusi menciptakan lingkungan wisata yang indah dengan menjaga

kebersihan lingkungan, merawat fasilitas-fasilitas yang disediakan serta meningkatkan sarana dan prasarana yang masih minim seperti toilet umum, fasilitas pengamanan tempat wisata dan lampu penerangan jalan.

Terkait pemahaman akan menciptakan lingkungan wisata yang unik, sebagian besar peserta melihat dari pemasaran produk di daerah tersebut. Kegiatan pelatihan bertujuan memberi pemahaman kepada masyarakat tentang pemanfaatan dan pemasangan atribut wisata untuk menarik wisatawan. Pelatihan diawali dengan memberi pemahaman latar belakang pentingnya melakukan pemasangan atribut dilanjutkan dengan memberikan cara menempatkan atribut-atribut di lokasi yang tepat. Selain itu, pemasangan label produk dan label harga perlu diterapkan agar meningkatkan daya tarik wisatawan membelanjakan produk-produk khas di lokasi wisata Bukit Lawang. Pemasangan dan penempatan atribut dengan baik akan mendukung kinerja layanan kepada wisatawan dalam menikmati produk desa wisata. Dalam pelatihan ini menyepakati bahwa untuk melakukan pemasaran produk yang benar adalah dengan cara membuat label harga dagangan sehingga wisatawan bisa memprediksi sesuai dengan budget yang mereka miliki.

Pemasangan atribut yang disarankan pada kegiatan PKM ini yaitu:

1. Pemasangan arah tempat wisata dimulai dari jalan besar menuju kawasan wisata bukit lawang.
2. Pemasangan atribut berupa baliho yang menampilkan tempat wisata unggulan yang tersedia di beberapa titik strategis menuju lokasi wisata.
3. Pemasangan baliho sarana dan prasarana yang tersedia di tempat wisata,
4. Pemasangan harga jual pedagang baik food maupun non food termasuk asesoris khas kawasan wisata.
5. Pemasangan tarif parkir dan penggunaan sarana dan prasarana atau wahana yang ada di tempat wisata.

Dengan adanya pemasangan atribut ini diharapkan dapat memandu wisata menuju lokasi wisata dengan mudah, mengetahui gambaran keunggulan kawasan wisata dan transparansi harga yang ditawarkan disetiap tempat, wahana, souvenir dan makanan. Sehingga wisatawan merasa diberi kebebasan menentukan pilihan secara mudah untuk menyesuaikan dengan selera, keinginann dan tingkat ekonominya. Serta menghilangkan rasa kekhawatiran dibedakan dengan wisatawan lain atau takut ditipu dengan harga yang berbeda-beda untuk wisatawan tertentu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Pemasangan atribut dan Akses Jalan yang Indah menuju kawasan wisata sangat diperlukan bahkan menunjang minat wisatawan untuk berkunjung. Pemasangan atribut yang disarankan pada kegiatan PKM ini yaitu: 1) Pemasangan arah tempat wisata dimulai dari jalan besar menuju kawasan wisata bukit lawang, 2) Pemasangan atribut berupa baliho yang menampilkan tempat wisata unggulan yang tersedia di beberapa titik strategis menuju

lokasi wisata, 3) Pemasangan baliho sarana dan prasarana yang tersedia di tempat wisata, 4) Pemasangan harga jual pedagang baik food maupun non food termasuk assesoris khas kawasan wisata, 5) Pemasangan tarif parkir dan penggunaan sarana dan prasarana atau wahana yang ada di tempat wisata.

Manfaat pemasangan atribut untuk memandu wisata menuju lokasi wisata dengan mudah, mengetahui gambaran keunggulan kawasan wisata dan transparansi harga yang ditawarkan disetiap tempat, wahana, souvenir dan makanan. Sehingga wisatawan merasa diberi kebebasan menentukan pilihan secara mudah untuk menyesuaikan dengan selera, keinginan dan tingkat ekonominya. Serta menghilangkan rasa kekhawatiran dibedakan dengan wisatawan lain atau takut ditipu dengan harga yang berbeda-beda untuk wisatawan tertentu.

### Saran

Pengelola wisata dapat berkoordinasi dengan pemerintah setempat dan mitra industri setempat dalam upaya mendukung pengadaan atribut tersebut, sehingga secara pendanaan akan terbantu dan legalitas pemasangan atribut mudah di dapat.

Dokumentasi kegiatan pelaksanaan PKM



Kegiatan PKM



Kegiatan PKM

### DAFTAR PUSTAKA

- Burusnukul, P., Binkley, M., & Sukalakamala, P. (2011). Understanding tourists' patronage of Thailand foodservice establishments An exploratory decisional attribute approach. *British Food Journal*, 113(8).
- Kim, S. S., Chung, J. Y., Petrick, J., & Park, J. W. (2016). Determination of preferred performing arts tourism products using conjoint analysis. *Journal of Vacation Marketing*, (December), 1-18. <https://doi.org/10.1177/1356766716679484>
- Khairuddin Tampubolon, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan

Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-8).

Khairuddin Tampubolon, dkk (2022), Sosialisasi Protokol Kesehatan dalam Upaya Tindakan Preventif di Lokasi Wisata Theme Park Bukit Lawang; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society); Url: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/J-LAS/article/view/247/408>.

Lemy, Diena M. 2018. Jasa Pariwisata. Yogyakarta: Explore.

Nurulwaasi, Mangifera Marsya. 2017. Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata. Tugas Akhir. Universitas Lampung, Lampung.

Setiawan IR. 2016. Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN). 1 (1) : 23 – 35.

Suhelmi, S., Manullang, M., Tampubolon, M., Rahmaniah, R., Tulim, A., & Siregar, I. (2022). Pelatihan Menciptakan Lingkungan Wisata Yang Unik Dan Indah Melalui Pemasangan Atribut Tempat Wisata. Journal Liaison Academia and Society, 2(2), 21-26.

Surya Irawan, K Tampubolon, ELAZHARI (2021), Pelatihan Pembuatan Pupuk Cair Organik Dari Air Kelapa Dan Molase, Nasi Basi, Kotoran Kambing Serta Activator Jenis Produk EM4; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-18).

Tampubolon, K., & Sibuea, N. (2022). Peran Perilaku Guru dalam Menciptakan Disiplin Siswa. All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society, 2(4), 1-7.