



Strategi Pengembangan Kawasan Wisata

Tourism Area Development Strategy

Jarungjung Hutagaol¹, Nur Subiantoro², Muhammad Razali³, Dewi Robiyanti⁴, Syaiful Khoiri Harahap⁵, Mahyudin Situmeang⁶

¹Universitas Prima Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Garaha Kirana Medan

^{3,4,5,6}Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Corresponding Author*: jarungjunghutagaol13@gmail.com

Abstrak

Kawasan wisata Bukit lawang Sumatera Utara memang sudah cukup dikenal hingga ke manca negara, akan tetapi sarana, prasarana maupun fasilitas disekitar wisata terkadang banyak yang harus diperbaharui. Perlu dilakukan strategi pemasaran secara terintegrasi agar wisatanya tetap menarik dan bahkan semakin menarik. Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan saran dan solusi kepada pihak pengelola wisata dan masyarakat dalam pengelolaan dan menentukan tindakan prioritas dalam penataan kawasan wisata sehingga kawasan wisata lebih menarik dan diminati wisatawan serta memberikan kenyamanan kepada wisatawan untuk berkunjung kembali dan memberitahukannya kepada saudara serta teman. Hasil kegiatan PKM yaitu pengelola wisata dan masyarakat lebih banyak mengetahui tentang apa itu tempat wisat, manfaatnya, jenisnya dan tahapan pengembangannya, sehingga menjadi pembuka ide bagi pengelola wisata dan masyarakat untuk lebih kreatif dan bahkan diharapkan dapat berinovatif untuk pengembangan kawasan wisata di bukit lawang. Adapun tahapan yang adapat dilakukan yaitu: 1) Tahap rintisan, 2) Tahap berkembang, 3) Tahap maju, 4) Tahap mandiri. Tahapan ini sekaligus menjadi indikator capaian yang telah dilakukan oleh pelaku wisata bukit lawang. Saran: Pemerintah daerah, pengelola wisata dan masyarakat diharapkan melakukan evaluasi bersama secara terjadwal dan melakukan diskusi terkait hasil capaian yang sudah diperoleh, keadaan tempat wisata sekarang dan bagaimana pengembangan kawasan wisata bukit lawang kabupaten langkat sumatera utara selanjutnya.

Kata Kunci : Strategi; Pengembangan; Kawasan Wisata.

Abstract

The tourist area of Bukit Lawang, North Sumatra, is well known to foreign countries, but the facilities, infrastructure and facilities around tourism sometimes need to be updated. It is necessary to carry out an integrated marketing strategy so that tourism remains attractive and even more attractive. The purpose of this PKM activity is to provide advice and solutions to tourism managers and the community in managing and determining priority actions in structuring tourist areas so that tourist areas are more attractive and attractive to tourists and provide comfort for tourists to visit again and tell relatives and friends. The results of PKM activities, namely tourism managers and the community know more about what tourist attractions are, their benefits, types and stages of development, so that they become an idea opener for tourism managers and the community to be more creative and even expected to be able to innovate for the development of tourist areas in Bukit Lawang. The stages that can be carried out are: 1) the pilot stage, 2) the developing stage, 3) the advanced stage, 4) the independent stage. This stage is also an indicator of the achievements that have been carried out by Bukit Lawang tourism actors. Suggestion: Local governments, tourism managers and the community are expected to carry out joint



evaluations on a scheduled basis and hold discussions regarding the results that have been obtained, the current state of tourist attractions and how to develop the Bukit Lawang tourist area in Langkat Regency, North Sumatra in the future.

Keywords : Strategy; Development; Tourism Area.

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan berupa Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Pada pasal 2 dinyatakan penyelenggaraan kepariwisataan berasaskan manfaat, keseimbangan, kemandirian, partisipatif, kelestarian, dan berkelanjutan. Dan pada pasal 4 dinyatakan tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dengan prinsip penyelenggara kepariwisataan menunjang tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai konsep hidup dalam keseimbangan hubungan anatara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan manusia sesama manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungan, memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat.

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata.

A. Yoeti menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.

Adapun hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan daerah wisata, dengan kata lain pengembangan yang dilakukan tidak bisa hanya sembarangan saja harus ada target dan tujuan yang dicapai, sehingga apa yang diharapkan dari pengembangan daerah tujuan wisata tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Adapun syarat yang harus dipenuhi agar daerah tujuan wisata tersebut benar-benar menjadi daerah wisata yang baik yaitu:

1. Daerah tersebut memiliki daya tarik yang lain atau berciri khas, baik itu obyek wisatanya ataupun atraksi yang ditampilkan. Dalam mengembangkan potensi pariwisata di suatu daerah harus bertumpu pada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan yaitu:
 - a) *Natural resources* (alami)
 - b) Atraksi wisata budaya
 - c) Atraksi buatan manusia

2. Adanya fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti permainan rekreasi yang dapat membuat wisatawan lebih betah. Segala macam fasilitas sarana dan prasarana sangat diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah wisata, seperti penginapan, rumah makan, transportasi, mushola, dll. Fasilitas-fasilitas di daerah wisata secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.
3. Tersedianya tempat berbelanja baik itu cinderamata, tempat jual makanan khas dan lain sebagainya. Cinderamata merupakan salah satu kekuatan utama pariwisata yang selalu dicari wisatawan. Perbelanjaan wisatawan saat berwisata berbeda dengan perbelanjaan mereka saat berada di daerah asal. Wisatawan cenderung tidak memperhatikan harga melainkan lebih mementingkan dan keunikan produk.
4. Terdapat fasilitas-fasilitas umum yang vital seperti toilet, tempat parkir, tempat makan dan sebagainya sehingga mempermudah pengunjung, bukan itu saja tetapi bisa juga dilengkapi dengan ATM dan jalan yang memadai untuk pengunjung. Dengan adanya fasilitas-fasilitas umum tersebut dapat menarik minat wisatawan begitu juga dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung. Sarana dan prasarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga mereka dapat menikmati perjalanan wisatanya. Yoeti menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan kepariwisataan yaitu tersedianya objek dan daya tarik wisata, kemudian adanya fasilitas *accessibility* yaitu sarana dan prasarana sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi kawasan wisata tersebut, terjadinya adminities yaitu sarana kepariwisataan yang dapat memberikan kenyamanan pelayanan kepada masyarakat.

Dalam pengembangan pariwisata terdapat komponen-komponen yang harus diiringi kinerja yang baik, oleh karena itu harus pihak-pihak yang saling bekerjasama yakni pemerintah, serta pihak swasta sebagai investor, dan masyarakat itu sendiri sebagai ujung tombak dalam pengembangan pariwisata.

Kawasan wisata Bukit lawang Sumatera Utara memang sudah cukup dikenal hingga ke manca negara, akan tetapi sarana, prasaran maupun pasilitas disekitar wisata terkadang banyak yang harus diperbaharui. Perlu dilakukan strategi

pemasaran secara terintegrasi agar wisatanya tetap menarik dan bahkan semakin menarik.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan saran dan solusi kepada pihak pengelola wisata dan masyarakat dalam pengelolaan dan menentukan tindakan prioritas dalam penataan kawasan wisata sehingga kawasan wisata lebih menarik dan diminati wisatawan serta memberikan kenyamanan kepada wisatawan untuk berkunjung kembali dan memberitahukannya kepada saudara serta teman.

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 diskusi dengan pengelola kawasan wisata dan masyarakat tentang pentingnya pengembangan kawasan wisata agar tetap menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

PELAKSANAAN PKM

Materi sosialisasi PKM

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata yaitu terlahir dari bahasa Sansekerta yang komponen- komponen terdiri dari: “pari” yang berarti penuh, lengkap, berkeliling, “wis (man)” yang berarti rumah, property, kampung, komunitas, dan “ata” berarti pergi terus-terusan , mengembara (roaming about) yang bila dirangkai menjadi satu kata melahirkan rumah (kampoeng) berkeliling terus menerus dan tidak bermaksud untuk menetap untuk menetap di tempat yang menjadi tujuan perjalanan.

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Penyelenggaraan kepariwisataan tersebut dilaksanakan

dengan memelihara kelestarian dan mendorong upaya peningkatan mutu lingkungan serta obyek dan daya tarik wisata itu sendiri, nilai-nilai budaya yang menuju kearah kemajuan peradaban, mempertinggi derajat kemanusiaan, kesusilaan dan ketertiban umum guna memperkuat jati diri masyarakat.

Secara umum pariwisata sebagai bagian dari kegiatan dalam sistem perwilayahan dapat diidentifikasi dua unsur pembentuk terjadinya kegiatan wisata yaitu :

- a. Ruang merupakan tempat kegiatan wisata berlangsung dimana kondisi fisik yang bersifat alami maupun binaan yang mempengaruhi perkembangan wisata, sesuai dengan daya tarik wisata yang dimiliki. Tingkat daya hubung antara lokasi wisata dengan sumber pasar juga merupakan hal yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan yang terjadi.
- b. Manusia sebagai pelaku kegiatan wisata baik sebagai pengelola maupun pemakai. Sebagai pemakai, wisatawan memiliki karakteristik yang akan mempengaruhi perilaku wisatanya. Sebagai pengelola produsen jasa wisata ini juga memiliki perilaku yang berbeda karena faktor internal maupun eksternalnya. Sarana dan prasarana merupakan faktor penunjang yang menghubungkan tempat asal wisatawan dan tujuan wisatanya.

2. Jenis-jenis Wisata

Wisata berdasarkan jenisnya dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu:

- a. Wisata alam, yang terdiri dari:
 - 1) Wisata Pantai (Marine Tourism), merupakan kegiatan pariwisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - 2) Wisata Etnik (Etnik Tourism), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
 - 3) Wisata Cagar Alam (Ecotourism), merupakan wisata yang berkaitan dengan kegemaran keindahan alam, kesegaran hawa udara pegunungan, keajaiban hidup binatang serta tumbuh- tumbuhan yang jarang ada di tempat-tempat lain.
 - 4) Wisata Baru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
 - 5) Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan lading pembibitan dimana

rombongan dapat mengadakan kunjungan dan tinjauan untuk menikmati segarnya tanaman sekitarnya.

b. Wisata Sosial Budaya, yang terdiri dari:

- 1) Peninggalan sejarah dan keperbukalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monument nasional, gedung bersejarah, serta tempat-tempat bersejarah lainnya, seperti tempat bekas pertempuran yang merupakan daya tarik wisata utama diberbagai Negara.
- 2) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisaata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan disuatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, maupun dengan tema khusus lainnya.

Dari uraian di atas maka wisata bukit lawang termasuk dalam kategori wisata alam dan perlu dilakukan pengembangan agar wisata semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

3. Tahap Pengembangan Wisata

Terkait dengan adanya pengembangan desa wisata, Pearce (1995) mengartikan pengembangan desa wisata sebagai suatu proses yang menekankan cara untuk mengembangkan desa wisata. Secara lebih spesifik, pengembangan desa wisata dapat diartikan sebagai usaha-usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan (baik domestik maupun mancanegara).

Pengembangan Desa Wisata memiliki tujuan dalam menjadikan desa sebagai sebuah destinasi pariwisata dengan cara memadukan daya tarik wisata alam dan budaya, layanan fasilitas umum pariwisata, serta aksesibilitas yang memadai dengan tata cara dan tradisi kehidupan masyarakat desa.

Daya tarik desa wisata pasti akan menarik wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Hal tersebut harus beriringan dengan upaya pengembangan desa wisata sebagai langkah agar desa wisata semakin digemari. Menurut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (2021), terdapat 4 tahapan dalam pengembangan desa wisata

1. Tahap rintisan

Pada tahap ini, desa memiliki potensi yang besar namun belum ada kunjungan wisatawan. Selain itu, sarana dan prasarananya masih sangat terbatas serta tingkat

kesadaran masyarakat belum tumbuh. Desa wisata ini perlu “dikembangkan” dari awal.

2. Tahap berkembang

Pada tahap ini, potensi desa mulai dilirik oleh wisatawan dan destinasi bisa dikembangkan lebih jauh. Beberapa desa wisata di Indonesia biasanya sudah dikunjungi wisatawan tetapi belum dikelola dengan baik karena belum ada kesadaran kelompok.

3. Tahap maju

Pada tahap ini masyarakatnya sudah mulai sadar wisata, dana desa dipakai untuk mengembangkan potensi pariwisata, memiliki kelompok pengelola, dan wilayahnya sudah dikunjungi banyak wisatawan.

4. Tahap mandiri

Pada tahap ini desa wisata memiliki inovasi pariwisata dari masyarakat, destinasi wisata diakui dunia, sarana dan prasarana memiliki standar, serta pengelolaannya bersifat kolaboratif pentahelix (kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, dan media).

Menurut data Kemenparekraf (2022), hingga saat ini Indonesia memiliki 4.039 desa wisata yang terdiri dari 2.780 desa rintisan, 965 desa berkembang, 281 desa maju, dan 13 desa mandiri. Pengembangan desa wisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat menjadi tonggak awal dalam membangun desa wisata yang lebih maju.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan PKM ini, pengelola wisata dan masyarakat lebih banyak mengetahui tentang apa itu tempat wisat, manfaatnya, jenisnya dan tahapan pengembangannya, sehingga menjadi pembuka ide bagi pengelola wisata dan masyarakat untuk lebih kreatif dan bahkan diharapkan dapat berinovatif untuk pengembangan kawasan wisata di bukit lawang. Adapun tahapan yang adapat dilakukan yaitu: 1) Tahap rintisan, 2) Tahap berkembang, 3) Tahap maju, 4) Tahap mandiri. Tahapan ini sekaligus menjadi indikator capaian yang telah dilakukan oleh pelaku wisata bukit lawang.

Saran

Pemerintah daerah, pengelola wisata dan masyarakat diharapkan melakukan evaluasi bersama secara terjadwal dan melakukan diskusi terkait hasil capaian yang sudah

diperoleh, keadaan tempat wisata sekarang dan bagaimana pengembangan kawasan wisata bukit lawang kabupaten langkat sumatera utara selanjutnya.

Dokumentasi kegiatan pelaksanaan PKM



Foto Kegiatan PKM



Foto Kegiatan PKM

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. 2021. "Empat Tahap Membangun Desa Wisata Menurut Kemenparekraf RI" dalam <https://dpmd.jemberkab.go.id/desa-wisata/16/empat-tahap-membangun-desa-wisata-menurut-kemenparekraf-ri>. Diakses pada 15 Februari 2023 pukul 10.34 WIB.
- Admin. 2022. "Peta Sebaran Desa Wisata Di Indonesia" dalam <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/peta>. Diakses pada 15 Februari 2023 pukul 11.02 WIB.
- Andy, Hannif. 2020. "Tahap Merintis Desa Wisata" dalam <https://eticon.co.id/tahap-merintis-desa-wisata/>. Diakses pada 16 Februari 2023 pukul 10.25 WIB.
- Admin. 2021. "7 Desa Wisata yang Mengusung Konsep Sustainable Tourism" dalam <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/7-Desa-Wisata-yang-Mengusung-Konsep-Sustainable-Tourism>. Diakses pada 16 Februari 2023 pukul 10.54 WIB.
- Adi Wibowo, dkk (2015), "Strategi Kebijakan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Manggar Kota Balikpapan", Jurnal Administrative Reform, Vol.3 No.3,
- A. Yoeti (1999:66), Industri Pariwisata dan Peluang Kesempatan Kerja, Jakarta:Pertja.
- Gamal Suswantoro (2001:3), Dasar-Dasar Pariwisata, Yogyakarta: ANDI.
- 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 Pantai Cermin; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society); Url: <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/J-LAS/article/view/247/408>.

Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Spillane (1987): Pengertian pariwisata. Bandung. Angkasa.

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.