

LAPORAN AKHIR

AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT DALAM PEMANFAATAN PARIWISATA BUDAYA SEBAGAI OBJEK WISATA DI SUMATERA UTARA

Disusun oleh :

**Tim Kelitbangan Yang Mendukung Sub Bidang
Ekonomi**

Bidang Ekonomi dan Pembangunan



**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA
TAHUN 2021**

**AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT DALAM
PEMANFAATAN PARIWISATA BUDAYA SEBAGAI OBJEK
WISATA DI SUMATERA UTARA**

Disusun Oleh:

**Tim Kelitbangan Yang Mendukung Sub Bidang Ekonomi Bidang Ekonomi
dan Pembangunan**



**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA
TAHUN 2021**

BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA
Bidang Ekonomi dan Pembangunan

**AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT
DALAM PEMANFAATAN PARIWISATA BUDAYA
SEBAGAI OBJEK WISATA DI SUMATERA UTARA**

Tim Penyusun :

Harianto Butar Butar, SE., M.Si

Dra. Indah Dwi Kumala

Drs. Andi Lazuardi

Deli Yanto, S.Kom., MM

Maisarah Harahap, SP, M.Si

Nobrya Husni, ST, M.Si.

Dr. Jonni Sitorus, ST., M.Pd

Sahat C. Simanjuntak, ST

Irawan, SE., M.Si

Roro Rian Agustin, S.Sos, MSP

Lia Nazliana Nasution, SE, M.Si

Rismawaty Sibarani, S.Sos

M. Syamhudi Harahap, SS, M.Si

Rayati Togarop, SE

Muhammad Iqbal, S.Kom

Cetakan Pertama, 2021

Diterbitkan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara

Medan, Oktober 2021

*Bidang Ekonomi dan Pembangunan Badan Penelitian dan Pengembangan
Provinsi Sumatera Utara*

Jl. Sisingamangaraja No. 198 Medan

Telp. (061) 7866225, 7883016, Fax. (061) 7866248

Website: <http://balitbang.sumutprov.go.id>.

Lembar Persetujuan,
LAPORAN AKHIR

KEGIATAN
KEGIATAN KELITBANGAN YANG MENDUKUNG SUB BIDANG
EKONOMI

Judul Penelitian:

AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT DALAM PEMANFAATAN
PARIWISATA BUDAYA SEBAGAI OBJEK WISATA DI SUMATERA
UTARA

Oleh:

Tim Kelitbangan Yang Mendukung Sub Bidang Ekonomi Bidang Ekonomi dan
Pembangunan

Disetujui dan disahkan Oleh:

KABID EKONOMI DAN PEMBANGUNAN
BALITBANG PROVSU

TIM PENGENDALI MUTU (TPM)
BALITBANG PROVSU
Ketua,

Dra. Indah Dwi Kumala
Pembina Tk.I
NIP. 19680716 199302 2 001

H. Makrum Rambe, SE, MM
Pembina TK. I
NIP. 19650310 199003 1 004

Mengetahui,

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA

HARIANTO BUTAR BUTAR, SE., M.Si
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19680916 199503 1 005

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Kata Sambutan.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Lampiran.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Keluaran Kelitbangan.....	9
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Ekonomi dan Aktivasnya.....	10
2.2. Teori Konsumsi.....	11
2.3. Pengertian Pariwisata.....	11
2.4. Daya Tarik Wisata.....	13
2.5. Usaha Pariwisata.....	14
2.6. Pariwisata Budaya.....	17
2.7. Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.3. Subjek, Objek, dan Informan Penelitian.....	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5. Teknik Analisis Data.....	26
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Aktivitas Ekonomi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Sejarah/Budaya.....	29
4.1.1. Kabupaten Batubara.....	29
4.1.2. Kabupaten Humbang Hasundutan.....	37
4.1.3. Kabupaten Karo.....	50
4.1.4. Kabupaten Langkat.....	55
4.1.5. Kabupaten Padang Lawas Utara.....	67
4.2. Kebutuhan JasaWisatawan terhadap Usaha Pariwisata di Lokasi Objek Wisata.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81

5.2. Rekomendasi.....	81
5.2.1. Untuk Provinsi Sumatera Utara.....	81
5.2.2. Untuk Pemerintah Kabupaten di Sumatera Utara.....	82
5.2.2.1. Kabupaten Batubara.....	82
5.2.2.2. Kabupaten Humbang Hasundutan.....	82
5.2.2.3. Kabupaten Karo.....	83
5.2.2.4. Kabupaten Langkat.....	84
5.2.2.5. Kabupaten Padang Lawas Utara.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Data isian daftar usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya dan aktivitas ekonomi disekitarnya.....	89
Lampiran 2. Data isian kondisi eksisting usaha pariwisata.....	91
Lampiran 3. Lembar wawancara.....	93
Lampiran 4. Lembar wawancara untuk wisatawan.....	95
Lampiran 5. Kebutuhan data dokumen.....	97
Lampiran 6. Lembar observasi.....	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1.	Struktur Kebutuhan jasa Wisatawan terhadap Usaha-Usaha Pariwisata di Lokasi Objek Wisata..... 5
Tabel 2.1.	Bidang dan Sub Bidang Usaha Pariwisata..... 15
Tabel 3.1.	Objek Wisata Budaya di Lokasi Penelitian..... 22
Tabel 3.2.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian..... 24
Tabel 3.3.	Analisis Taksonomi terhadap Data dan Informasi Penelitian..... 26
Tabel 4.1.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara..... 29
Tabel 4.2.	Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara..... 30
Tabel 4.3.	Kondisi dan Pendapatan Pelaku Usaha Pariwisata dengan Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara..... 35
Tabel 4.4.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan..... 37
Tabel 4.5.	Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan..... 38
Tabel 4.6.	Beberapa Objek Wisata Budaya/Sejarah di Kabupaten Humbang Hasundutan..... 39
Tabel 4.7.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Karo..... 50
Tabel 4.8.	Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Karo..... 51
Tabel 4.9.	Beberapa Objek Wisata Budaya/Sejarah di Kabupaten Karo..... 52
Tabel 4.10.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Sejarah/Budaya di Kabupaten Langkat..... 55
Tabel 4.11.	Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Langkat..... 56
Tabel 4.12.	Beberapa Objek Wisata Sejarah/Budaya di Kabupaten Langkat..... 56
Tabel 4.13.	Kondisi dan Pendapatan Pelaku Usaha Pariwisata dengan Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Langkat..... 63
Tabel 4.14.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara..... 68
Tabel 4.15.	Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara..... 68
Tabel 4.16.	Beberapa Objek Wisata Budaya/Sejarah di Kabupaten Padang Lawas Utara..... 69
Tabel 4.17.	Objek dan Tujuan Wisata Budaya yang Dikunjungi oleh Wisatawan..... 63
Tabel 4.18.	Biaya Kebutuhan Konsumsi Wisatawan terhadap Usaha

	Pariwisata di Lokasi Objek Wisata Budaya di Sumatera Utara.....	75
Tabel 4.19.	Persentase Kebutuhan Konsumsi Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata.....	77

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan keragaman suku yang mencapai 300 kelompok etnik, menjadikan Indonesia kaya akan ragam budaya yang berasal dari adat istiadat, kebiasaan, cara hidup, kesenian, dan peninggalan sejarah pada masa tertentu. Sumatera Utara yang memiliki 11 (sebelas) etnis atau suku merupakan sumber daya budaya yang berpotensi dikembangkan menjadi objek wisata mulai dari keunikan rumah adat, seni tradisional, situs cagar budaya, dan makanan khas tradisional. Budaya sebagai salah satu sumber daya tarik pariwisata berpotensi memberikan peningkatan pendapatan bagi masyarakat di sekitar objek wisata budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas ekonomi masyarakat serta menganalisis kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara, pada berbagai bidang usaha pariwisata, yaitu: pengelolaan museum; pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala; pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat; dan/atau, pengelolaan objek ziarah. Lokasi penelitian berada di objek wisata budaya yang ada di 5 (lima) kabupaten di Sumatera Utara, yaitu: Langkat, Batubara, Padang Lawas Utara, Karo, dan Humbang Hasundutan, mulai bulan Agustus hingga November 2021. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, studi dokumen, wawancara dan penyebaran kuesioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis domain dan analisis taksonomi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara sangat beragam meskipun belum tumbuh dan berkembang di setiap objek wisata budaya, yaitu: usaha makan minum dan sejenisnya; fasilitasi kegiatan keagamaan dan sejenisnya; usaha jasa transportasi lokal; usaha souvenir/cinderamata; fasilitasi penelitian dan pengabdian masyarakat; usaha jasa penginapan; fasilitasi kunjungan pejabat; fasilitasi seminar, inagurasi, field trip, dan sejenisnya; pengelolaan panti jompo; usaha jasa penyewaan; usaha jasa seni dan pertunjukan; terlibat menjadi pengelola; dan fasilitasi kegiatan lain. Begitu pula ebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya adalah sangat beragam, baik jenis maupun tingkat kebutuhannya, dan dapat menumbuhkan dan mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, diantaranya: akomodasi, makan minum, angkutan kereta api dan jalan raya, sewa kendaraan, pertunjukan seni dan budaya, rekreasi dan hiburan, cinderamata, pertemuan dan seminar, belanja, dan pramuwisata. Rekomendasi penelitian kepada pemerintah provinsi dan kabupaten yaitu: bekerjasama dengan asosiasi pariwisata dalam promosi objek wisata budaya; menciptakan branding objek wisata budaya; mengintegrasikan objek wisata budaya dengan daya tarik wisata lain; serta, sinergi antar organisasi perangkat daerah untuk mengembangkan objek wisata budaya di Sumatera Utara.

Kata kunci: aktivitas ekonomi, pariwisata budaya, masyarakat, Sumatera Utara

ABSTRACT

Indonesia as a country with ethnic diversity that reaches 300 ethnic groups, makes Indonesia rich in various cultures originating from customs, habits, ways of life, arts, and historical heritage of a certain period. North Sumatra which has 11 (eleven) ethnicities or tribes is a cultural resource that has the potential to be developed into a tourist attraction starting from the uniqueness of traditional houses, traditional arts, cultural heritage sites, and traditional specialties. Culture as a source of tourism attraction has the potential to provide increased income for the community around cultural tourism objects. This study aims to analyze the economic activities of the community as well as to analyze the needs of tourist services for tourism businesses in the use of cultural tourism as a tourist attraction in North Sumatra, in various fields of tourism business, namely: museum management; management of historical and archaeological heritage; management of settlements and/or customary environment; and/or, management of pilgrimage objects. The research locations are in cultural tourism objects in 5 (five) regencies in North Sumatra, namely: Langkat, Batubara, North Padang Lawas, Karo, and Humbang Hasundutan, from August to November 2021. Data collection is done by observing, studying documents, interviews and distributing questionnaires. Furthermore, the data were analyzed using domain analysis and taxonomic analysis. This study concludes that the economic activities of the community using cultural tourism as a tourist attraction in North Sumatra are very diverse, although they have not yet grown and developed in every cultural tourism object, namely: eating and drinking businesses and the like; facilitation of religious activities and the like; local transportation service business; souvenir/souvenir business; facilitation of research and community service; lodging service business; facilitation of official visits; facilitation of seminars, inauguration, field trips, and the like; nursing home management; rental service business; arts and performance services business; involved in being a manager; and facilitation of other activities. Likewise, the need for tourist services for tourism businesses at the location of cultural tourism objects is very diverse, both in type and level of need, and can grow and develop community economic activities, including: accommodation, eating and drinking, rail and road transportation, vehicle rental. , performing arts and culture, recreation and entertainment, souvenirs, meetings and seminars, shopping, and tour guides. Research recommendations to provincial and district governments are: cooperate with tourism associations in the promotion of cultural tourism objects; create branding of cultural tourism objects; integrate cultural tourism objects with other tourist attractions; and, synergy between regional apparatus organizations to develop cultural tourism objects in North Sumatra.

Keywords: economic activity, cultural tourism, community, North Sumatra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat dan Ridho-Nya kami masih diberikan kesempatan menyelesaikan kegiatan penelitian berjudul “Aktivitas Ekonomi Masyarakat dalam Pemanfaatan Pariwisata Budaya sebagai Objek Wisata di Sumatera Utara”.

Potensi sejarah dan budaya menjadi unsur terpenting dalam pariwisata karena melibatkan wisatawan untuk mengenali sejarah dan budaya suatu daerah, sehingga wisatawan mampu merekam identitas suatu daerah dari budaya dan sejarah yang dimilikinya. Sebagai modal budaya (sumber daya), kebudayaan disejajarkan dengan sumber daya yang lain seperti sumber daya alam dan ekonomi (finansial). Pariwisata budaya dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat lokal, namun tidak hanya menitikberatkan pada kepentingan ekonomi akan tetapi adanya keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan.

Aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya merupakan upaya mengakomodir kebutuhan konsumsi wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun nusantara (lokal) terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara sangat beragam meskipun belum tumbuh dan berkembang di setiap objek wisata budaya, mulai dari: usaha makan minum dan sejenisnya; fasilitasi kegiatan keagamaan dan sejenisnya; usaha jasa transportasi lokal; usaha souvenir/cinderamata; fasilitasi penelitian dan pengabdian masyarakat; usaha jasa penginapan; fasilitasi kunjungan pejabat; fasilitasi seminar, inagurasi, field trip, dan sejenisnya; pengelolaan panti jompo; usaha jasa penyewaan; usaha jasa seni dan pertunjukan; terlibat menjadi pengelola; dan fasilitasi kegiatan lain. Kebutuhan konsumsi wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya adalah sangat beragam, baik jenis maupun tingkat kebutuhannya, dan dapat menumbuhkan dan mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, diantaranya: akomodasi, makan minum, angkutan kereta api dan jalan raya, sewa kendaraan, pertunjukan seni dan budaya, rekreasi dan hiburan, cinderamata, pertemuan dan seminar, belanja, dan pramuwisata.

Dalam pelaksanaan dan proses penyusunan laporan kegiatan penelitian ini, tim peneliti banyak mendapat bimbingan, arahan, saran, komentar, kritik, serta hal-hal lain yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Harianto Butar Butar, SE., M.Si., selaku Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
2. Ibu Dra. Indah Dwi Kumala selaku Kabid. Ekonomi dan Pembangunan di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Harmein Nasution, MSIE., IPU; selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
4. Bapak Dr. Azizul Kholis SE., M.Si, M.Pd., CMA, CSRS, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
5. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;

6. Bapak Dr. Bakhrul Khair Amal, M.Si, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
7. Bapak Prof. Dr. Hamdani Harahap, selaku Narasumber;
8. Bapak Dr. Sofian Harahap, selaku Narasumber;
9. Bapak/Ibu teman-teman pegawai di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara.

Kami menyadari bahwa penelitian ini memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, kami sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran demi peningkatan hasil kajian maupun penelitian ke arah yang lebih baik dikemudian hari.

Demikian pengantar, semoga hasil penelitian ini bermanfaat tidak saja bagi Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, namun juga stakeholders lain yang hendak melakukan berbagai upaya dan kebijakan dalam menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara.

Medan, Nopember 2021

Tim Peneliti
Ketua,

Nobrya Husni, ST., M.Si
NIP. 198012092011012004

SAMBUTAN
KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PROVINSI
SUMATERA UTARA PADA KEGIATAN PENELITIAN BERJUDUL
“AKTIVITAS EKONOMI MASYARAKAT DALAM PEMANFAATAN
PARIWISATA BUDAYA SEBAGAI OBJEK WISATA DI SUMATERA
UTARA”

Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara menyambut baik telah tersusunnya laporan kegiatan penelitian berjudul “Aktivitas Ekonomi Masyarakat dalam Pemanfaatan Pariwisata Budaya sebagai Objek Wisata di Sumatera Utara”.

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara menyikapi kebijakan Kemenparekraf/Baparekraf RI terhadap sektor pariwisata dengan menggiatkan kembali aktivitas pariwisata yang merujuk pada amanat UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan serta misi RPJP Provinsi Sumatera Utara 2005-2005, yaitu dengan penyelenggaraan kepariwisataan yang bertumpu pada ekonomi kerakyatan serta diselaraskan dengan arah kebijakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara yang salah satunya adalah pengembangan pusat kawasan budaya dan religi. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui aktivitas ekonomi kerakyatan pada kawasan pariwisata budaya yang dapat dikembangkan sehingga amanat UU dan misi RPJP dapat terlaksana.

Dengan telah selesainya kegiatan ini, diharapkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara selaku OPD teknis perlu menindaklanjuti rekomendasi dalam upaya penumbuhan/peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata.

Kami menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara memerlukan kritik dan saran konstruktif sebagai masukan untuk membenahi diri. Semoga ke depan Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara mampu menghasilkan kajian dan penelitian sebagai dasar pengambilan kebijakan di Sumatera Utara.

Demikian sambutan ini, semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Medan, Nopember 2021
KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA

HARIANTO BUTAR BUTAR, SE., M.Si
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19680916 199503 1 005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan kepariwisataan seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang (UU) Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, dan prinsip penyelenggaraan pariwisata adalah memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas, serta memberdayakan masyarakat setempat. UU kepariwisataan ini sejalan dengan salah satu misi Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Provinsi Sumatera Utara 2005-2025, yaitu memantapkan sendi-sendi pembangunan ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada beberapa sektor, diantaranya: pertanian, agroindustri, kepariwisataan, serta sektor unggulan lainnya. Pemanfaatan pariwisata sebagai sumber pembangunan ekonomi masyarakat menjadi hak dan kewajiban bersama antara masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Penyelenggaraan kepariwisataan yang bertumpu pada ekonomi kerakyatan sebagai salah satu misi RPJP Provinsi Sumatera Utara 2005-2025, diselaraskan dengan arah kebijakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara yang salah satunya adalah pengembangan pusat kawasan budaya dan religi.

Indonesia sebagai negara dengan keragaman suku yang mencapai 300 kelompok etnik, menjadikan Indonesia kaya akan ragam budaya yang berasal dari adat istiadat, kebiasaan, cara hidup, kesenian, dan peninggalan sejarah pada masa tertentu. Menurut Ardiwidjaja (2018), sumber daya budaya merupakan salah satu sumber daya pariwisata yang merupakan hasil karya manusia dalam mempertahankan dan meningkatkan taraf hidup dan sebagai proses adaptasi dengan lingkungan. Komponen dari budaya meliputi: *living culture* (sosial, ekonomi, politik, bahasa, religi, estetika dan mata pencaharian); kearifan lokal dan teknologi (mata pencaharian, kedamaian, kesenangan, bahasa, pendidikan, pengetahuan, dan teknologi); serta, *culture heritage* (artefak, monument, manuskrip, tradisi, dan seni).

Pariwisata sebagai salah satu sektor yang berkontribusi dalam peningkatan pendapatan negara perlu dikelola secara maksimal sehingga berdampak kepada sosial ekonomi masyarakat di sekitar kawasan pariwisata. Berdasarkan hasil

penelitian Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2018), sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena memiliki efek pengganda (*multiplier effect*). Dimana, pada tahun 2015 tercatat 10 juta kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan mencapai 16,2 juta orang pada tahun 2019. Selanjutnya, devisa dari sektor pariwisata mencapai 280 triliun rupiah pada tahun 2019, serta berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional hingga 4,8% dengan serapan tenaga kerja hingga 13 juta orang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020b).

Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sumatera Utara, Selama kurun waktu 2015-2019 terjadi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara (*Wisman*) ke Sumatera Utara, yaitu 229.288 kunjungan di 2015, meningkat menjadi 258.822 kunjungan di tahun 2019 dengan rata-rata peningkatan 0,8% setiap tahunnya, dengan destinasi wisata ke Medan, Danau Toba; Berastagi; Pulau Samosir; Bukit Lawang; Tangkahan; dan Kepulauan Nias. Kontribusi aktivitas ekonomi dari sektor pariwisata pada Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Sumatera Utara mencapai 20 miliar Rupiah pada tahun 2016 atau 4,77% dari PDRB Nasional.

Daya tarik wisata budaya di Indonesia, seperti candi Borobudur di Jawa Tengah, secara nyata telah memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Penelitian Syaifuddin & Purwohandoyo (2019) menyimpulkan bahwa masyarakat sekitar Candi Borobudur memiliki penghasilan rata-rata 1,5-2 juta per bulan. Demikian halnya dengan objek wisata budaya di Sumatera Utara, yaitu Istana Maimun yang memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat sekitar. Menurut penelitian Matondang (2020), jenis Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) yang berkembang dan dibutuhkan wisatawan selama melakukan kunjungan ke Istana Maimun adalah: kerajinan dan cinderamata, mainan, makanan dan minuman, serta pakaian.

Sumatera Utara yang memiliki 11 (sebelas) etnis atau suku merupakan sumber daya budaya yang berpotensi dikembangkan menjadi objek wisata mulai dari keunikan rumah adat, seni tradisional, situs cagar budaya, dan makanan khas tradisional. Berdasarkan penelitian Tarigan (2016), Desa Lingga di kecamatan

Simpang Empat, Kabupaten Karo memiliki warisan budaya dan arsitektur berusia lebih dari 200 tahun yaitu rumah adat tradisional Karo. Desa Lingga ditetapkan menjadi desa wisata budaya sejak tahun 1977, namun menghadapi kepunahan dimana dari 28 buah rumah adat, hanya tersisa 2 buah di tahun 2021. Kabupaten Humbang Hasundutan juga memiliki beberapa potensi wisata budaya yang dapat dikembangkan sehingga menarik minat wisatawan dan meningkatkan ekonomi kerakyatan, seperti: Tombak Sulu-Sulu, Istana Sisingamangaraja, Hariara Tungkot, Batu Hundul Hundulan, dll. Hasil penelitian Sianturi (2020) bahwa objek wisata budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan belum memberikan dampak ekonomi kepada masyarakat karena belum memiliki konsep pengembangan dan pemasaran, serta minimnya perhatian dari pemerintah setempat.

Selanjutnya, situs peninggalan kerajaan Hindu-Budha yang terletak di desa Bahal kecamatan Portibi, kabupaten Padang Lawas Utara yang merupakan salah satu objek wisata budaya, belum berdampak kepada peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Siregar (2019) menyebutkan bahwa permasalahan yang menyebabkan sulitnya pengembangan objek wisata budaya di Desa Bahal, yaitu: kualitas dan kuantitas sumber Daya Manusia (SDM) yang masih rendah, terbatasnya anggaran untuk pengelolaan objek wisata; serta, rendahnya partisipasi masyarakat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata budaya akan berjalan jika didukung oleh anggaran serta kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat.

Kawasan bersejarah lainnya di Sumatera Utara yang memiliki daya tarik sumber daya budaya adalah kota Tanjung Pura di Kabupaten Langkat yang dahulu dikenal sebagai ibukota Kesultanan Melayu Langkat, sehingga memiliki bangunan-bangunan peninggalan kesultanan tersebut. Menurut Siregar (2019), bangunan bersejarah peninggalan Kesultanan Langkat telah banyak yang beralih fungsi, sebagian mengalami kerusakan, bahkan ada yang hilang. Mengingat tingginya nilai sejarah yang ada dalam suatu peradaban, maka pelestarian terhadap objek wisata budaya merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat untuk menjaga kelestariannya. Tanjung Pura juga terkenal sebagai kota pendidikan, dimana tokoh nasional seperti Tengku Amir Hamzah dan Adam Malik pernah menimba ilmu di kota ini. Daya tarik sumber daya budaya yang hilang selain

menghilangkan identitas suatu wilayah, juga menutup peluang aktivitas lain yang bisa berkembang dari sumber daya tersebut.

Potensi sejarah dan budaya menjadi unsur terpenting dalam pariwisata karena melibatkan wisatawan untuk mengenali sejarah dan budaya suatu daerah, sehingga wisatawan mampu merekam identitas suatu daerah dari budaya dan sejarah yang dimilikinya. Pelestarian terhadap cagar budaya dan sejarah berperan untuk memberikan pengalaman secara nyata kepada wisatawan tentang kondisi dan situasi yang terjadi di masa lalu. Potensi ini akan menghasilkan keuntungan dan berdampak pada keuntungan secara ekonomi di daerah. Pariwisata budaya merupakan salah satu bentuk industri budaya, karena pariwisata budaya memanfaatkan berbagai aspek kebudayaan secara massal dalam suatu sistem produksi. Sebagai modal budaya (sumber daya), kebudayaan disejajarkan dengan sumber daya yang lain seperti sumber daya alam dan ekonomi (finansial). Pariwisata budaya dapat memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat lokal, namun tidak hanya menitikberatkan pada kepentingan ekonomi akan tetapi adanya keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan atau disebut juga keberlanjutan.

Penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan menerapkan 4 (empat) prinsip, yaitu (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020a):

1. Konservasi lingkungan, yaitu pemanfaatan sumber daya secara optimal, mengurangi konsekuensi negative terhadap lingkungan di satu destinasi.
2. Preservasi budaya, bertujuan untuk mengembangkan kekayaan budaya daerah dan menjunjung tinggi integritas sosial budaya dan keaslian daerah.
3. Masyarakat, memastikan kesejahteraan komunitas sehingga komunitas mendapat manfaat dari pariwisata. Partisipasi local menjadi poin besar dalam pariwisata berkelanjutan.
4. Wisatawan, memberikan wisatawan pengalaman wisata berkualitas tinggi untuk mempertahankan kepuasan wisatawan didukung dengan pengelolaan produk wisata berkelanjutan.

Ke-empat poin tersebut memiliki keterkaitan dimana konservasi lingkungan termasuk didalamnya pelestarian terhadap objek wisata, pelestarian sebagai upaya

perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan yang dinamis membutuhkan kontribusi masyarakat agar terjaga keberlanjutannya. Pemanfaatan kebudayaan menurut Peraturan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 42 tahun 2009 dan Nomor 40 tahun 2009 tentang Pedoman Pelestarian Kebudayaan, adalah menjadikan kebudayaan sebagai objek wisata, sehingga dapat berdampak pada ekonomi masyarakat sekitar pelaku wisata.

Tabel 1.1 Struktur Kebutuhan Jasa Wisatawan terhadap Usaha-Usaha Pariwisata di Lokasi Objek Wisata

No.	Usaha Pariwisata	Nilai (miliar Rupiah)		Distribusi (%)	
		WisMan	WisNus	WisMan	WisNus
1.	Akomodasi dan sejenisnya	79.827,4	16.290,97	40,14	6,43
2.	Makanan dan minuman	36.085,0	76.545,38	18,14	30,20
3.	Angkutan KA	1.134,0	2.439,77	0,57	0,96
4.	Angkutan jalan raya	14.578,9	17.207,36	7,33	6,79
5.	Angkutan air	2.429,0	6.350,40	1,22	2,51
6.	Angkutan udara	17.343,2	36.021,61	8,72	14,21
7.	Sewa kendaraan	324,0	11.177,55	0,16	4,41
8.	Agen perjalanan dan jasa reservasi	3.319,0	1.665,77	1,67	0,66
9.	Pertunjukan seni, budaya museum dan peninggalan sejarah	1.031,2	901,69	0,52	0,36
10.	Jasa rekreasi/hiburan	9.281,0	6.331,49	4,67	2,50
11.	Cinderamata	12.457,6	11.844,49	6,26	4,67
12.	Kecantikan dan kesehatan	4.477,0	7.933,93	2,25	3,13
13.	Pertemuan, seminar, konferensi	1.106,3	741,60	0,56	0,29
14.	Belanja	13.798,0	42.274,73	6,94	16,68
15.	Bahan bakar dan pelumas	-	11.573,38	-	4,57
16.	Lainnya	1.700,1	4.74,21	0,85	1,65
	Jumlah	198.891,6	253.474,34	100,00	100,00

Sumber: Nesparnas (2017)

Keterangan:

WisMan = Wisatawan Mancanegara; WisNus = Wisatawan Nusantara

Aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya merupakan upaya mengakomodir kebutuhan jasa wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun nusantara (lokal) terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata. Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) yang merupakan salah satu publikasi yang menggambarkan kondisi pariwisata Indonesia, dengan ini menyajikan data dan informasi mengenai struktur jasa wisatawan tahun 2017 terhadap usaha-usaha pariwisata disajikan pada Tabel 1.1. Kebutuhan wisatawan terhadap usaha pariwisata berkontribusi untuk menumbuhkan/menciptakan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata, termasuk objek wisata budaya. Peningkatan kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata sejalan dengan peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat di sektor pariwisata. Bila kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata tinggi, maka aktivitas ekonomi masyarakat juga tinggi, dan sebaliknya bila mengalami penurunan, maka aktivitas masyarakat di sektor pariwisata juga mengalami penurunan.

Berdasarkan Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024, permasalahan-permasalahan usaha pariwisata sebagaimana disebutkan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah:

- 1) sinergi antarmata rantai usaha pariwisata yang belum optimal. Persoalan di lapangan menunjukkan bahwa belum semua destinasi pariwisata didukung oleh operasi dari berbagai jenis usaha kepariwisataan dan sinergi yang baik dalam menciptakan produk dan layanan yang berkualitas bagi wisatawan. Sehingga di satu sisi kualitas industri pariwisata belum bisa berkembang optimal, dan di sisi lain nilai manfaat ekonomi pariwisata juga belum mampu dikembangkan untuk menopang perekonomian daerah setempat.
- 2) daya saing produk wisata, misalnya: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan aksesibilitas, masih dianggap kurang, kecuali daya saing sumber daya budaya dan alam yang sangat beragam, unik dan menarik.
- 3) Kesesuaian tingkat harga dengan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan di sejumlah destinasi pariwisata seringkali masih menunjukkan adanya kesenjangan, yang mengakibatkan keluhan wisatawan. Dalam konteks kredibilitas bisnis, kondisi tersebut akan menjadi promosi negatif yang

berdampak pada penurunan daya saing produk wisata yang dimiliki sehingga tidak mampu bersaing dengan produk sejenis yang dikembangkan oleh kompetitor.

- 4) Kemitraan usaha pariwisata antara industri pariwisata skala besar dengan usaha-usaha ekonomi pariwisata skala Mikro, Kecil dan Menengah masih belum berjalan dengan maksimal. Pengembangan kemitraan usaha dimaksudkan agar peluang dan nilai manfaat berkembangnya kepariwisataan akan dapat dinikmati semua pihak dalam berbagai jenis dan skala usaha.
- 5) Pengembangan tanggung jawab lingkungan oleh kalangan usaha pariwisata masih belum optimal, misalnya: masih kecilnya jumlah usaha pariwisata yang memiliki komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan dan menerapkan prinsip-prinsip berwawasan lingkungan walaupun permintaan pasar semakin kuat.
- 6) Kurangnya insentif terhadap usaha pariwisata yang menerapkan prinsip-prinsip pembangunan kepariwisataan berkelanjutan,
- 7) Kurangnya alokasi program *corporate social responsibility* (CSR) usaha pariwisata dan usaha non pariwisata untuk pengembangan pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Menurut Laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), beberapa permasalahan aktivitas ekonomi pariwisata masyarakat, yaitu: 1) tingkat profesionalisme pelaku aktivitas ekonomi masih rendah, baik dari segi keterampilan maupun keahlian, pengetahuan maupun sikap dan perilaku, serta akses terhadap kesempatan bekerjasama dan berjejaring dengan pelaku usaha lainnya baik di tingkat lokal, nasional, dan global; 2) jumlah usaha pariwisata relatif rendah, baik usaha di sektor jasa daya tarik dan objek wisata, usaha di sektor penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; jasa penyelenggaraan pertemuan, usaha di sektor penyediaan pameran, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, spa, dan lain sebagainya; dan 3) pendanaan masih menjadi kendala dalam mengembangkan usaha.

Berdasarkan uraian diatas, Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara perlu melakukan penelitian untuk menelusuri data dan informasi

tentang kondisi eksisting aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara serta permasalahan-permasalahannya. Sehingga tujuan kepariwisataan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan ekonomi masyarakat, khususnya yang bersumber dari daya tarik budaya pada objek wisata budaya di Sumatera Utara bisa tercapai.

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian adalah:

1. bagaimana aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara?
2. bagaimana kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya?

1. 3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara di berbagai bidang usaha pariwisata: pengelolaan museum; pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala; pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat; dan/atau, pengelolaan objek ziarah.
2. Menganalisis kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya.

1. 4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemerintah:

Sebagai rujukan akademis untuk menyusun kebijakan dalam menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara.

2. Bagi masyarakat: hasil penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, pengenalan, dan pemahaman dari beberapa informasi atau fakta tentang aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara.

1. 5. Keluaran Kelitbangan

Penelitian ini akan menghasilkan laporan teknis penelitian serta naskah artikel untuk diterbitkan pada jurnal terakreditasi nasional.

1. 6. Ruang Lingkup Penelitian

Aktivitas ekonomi masyarakat yang akan dianalisis dalam penelitian adalah aktivitas ekonomi yang memanfaatkan pariwisata budaya di bidang usaha daya tarik wisata, yaitu: pengelolaan museum; pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala; pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat; serta, pengelolaan objek ziarah. Bidang usaha lainnya akan menjadi data dan informasi berguna dalam menganalisis hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Ekonomi dan Aktivasnya

Ekonomi adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa. Ekonomi secara umum atau secara khusus adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Ekonomi juga sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik-baiknya. Menurut Samuelson dalam Nainggolan, dkk (2021), ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber daya terbatas, tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan dimasa datang, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.

Aktivitas ekonomi adalah segala cara dan kegiatan manusia yang menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi (<https://indomaritim.id/aktivitas-ekonomi-penjelasan-tiga-bagiannya/>). Aktivitas ekonomi meliputi kegiatan untuk menggunakan barang dan jasa yang diproduksi dalam perekonomian. Aktivitas ekonomi terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi, yang merupakan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan. Aktivitas ekonomi di sektor pariwisata merupakan tindakan dan perilaku individu atau kelompok sebagai upaya untuk mengakomodir kebutuhan orang yang melakukan persiapan dan/atau perjalanan wisata ke tempat lain (UNWTO, 2017). Menurut Nainggolan, dkk. (2021) aktivitas ekonomi didefinisikan sebagai aktivitas individu atau kelompok masyarakat dalam memproduksi atau mengkonsumsi (menggunakan) barang dan jasa.

Kegiatan ekonomi dalam masyarakat adalah mengatur urusan harta kekayaan baik yang menyangkut kepemilikan, pengembangan maupun distribusi (Sholahuddin, 2007). Selanjutnya menurut Solahuddin bahwa ekonomi masyarakat sebagai sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi masyarakat

merupakan sebagian kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan masyarakat kebanyakan yang dengan cara swadaya mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, misalnya: sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kerajinan, makanan, pariwisata dan sebagainya. Tujuan ekonomi masyarakat adalah untuk mensejahterakan dan memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.

2.2. Teori Konsumsi

Teori konsumsi atau biasa dikenal dengan teori perilaku konsumen (teori konsumen) mencoba menerangkan perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, yang dapat berupa barang-barang konsumsi ataupun jasa-jasa konsumsi. Fungsi utama dari barang dan jasa konsumsi adalah memenuhi kebutuhan langsung pemakainya, dalam ekonomi tujuan konsumsi ditunjukkan oleh bagaimana konsumen berperilaku (consumer behaviour). Beberapa definisi tentang perilaku konsumen yang dikutip dari Nainggolan, dkk (2021), adalah sebagai berikut:

- a. Engel, dkk. (1994) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini
- b. Mowen (1990) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam menerima, menggunakan dan penentuan barang, jasa, dan ide.
- c. Menurut Arsyad (1995) teori konsumen digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan produk-produk yang akan dipilih konsumen (rumah tangga), pada tingkat pendapatan dan harga tertentu.

2.3. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan menuju suatu tempat wisata yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bersifat hanya untuk sementara dengan tujuan untuk memuaskan keinginannya seperti melihat alam, budaya masyarakat sekitar, dan bukan untuk melakukan kegiatan berdagang (Yoeti, 1996). Pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia barang dan jasa

yang sangat kompleks karena terkait dengan organisasi, hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dan sebagainya (Damanik dan Weber, 2006).

Pariwisata dalam arti modern merupakan gejala jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan manusia akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri dan perdagangan serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan (Pendit, 2002). Definisi pariwisata menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan pada Bab 1 pasal 1 mengenai ketentuan umum adalah sebagai berikut:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang yang mengunjungi tempat tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah, dan pengusaha.
- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan
- f. Daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Berdasarkan beberapa defenisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

2.4. Daya Tarik Wisata

Produk wisata merupakan sebuah paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tetapi dalam arti yang lebih luas. Produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut (Ali, 2012). Daya tarik produk (Tjiptono, 1997) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Direktorat Jendral Pemerintahan dalam Sunaryo (2013), obyek wisata atau daya tarik wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

1) Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti:

- a) Pantai dengan keindahan pasir putihnya, deburan gelombang ombak serta akses pandangnya terhadap matahari terbit atau tenggelam,
- b) Laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya,
- c) Danau dengan keindahan panoramanya,
- d) Gunung dengan daya tarik vulcanonya,
- e) Hutan dan Sabana dengan keaslian flora dan faunanya,
- f) Sungai dengan kejernihan air dan kedasyatan arusnya,
- g) Air terjun dengan panorama kecuramannya (Sunaryo, 2013).

2) Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (situs/heritage) maupun nilai budaya yang masih hidup (the living culture) dalam kehidupan di suatu masyarakat, yang dapat berupa upacara/ritual, adat istiadat, seni pertunjukan, seni kriya, seni sastra, seni rupa, ataupun keunikan sehari-hari yang dimiliki oleh suatu masyarakat. Beberapa contoh daya tarik wisata budaya di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah Situs (warisan budaya yang berupa benda, bangunan, kawasan, struktur, dsb), Museum, Desa Tradisional, Kawasan Kota Lama, Monumen Nasional, Sanggar Seni, Pertunjukan, Event, Festival, Seni Kriya, Adat Istiadat maupun karya-karya teknologi modern (Sunaryo, 2013).

3) Daya Tarik Buatan Manusia

Daya tarik buatan manusia ini merupakan daya tarik yang mengembangkan sesuatu yang bersumber dari buatan manusia, atau termasuk sebagai daya tarik khusus seperti: Taman hiburan rakyat, festival-festival musik, festival tahunan atau lokasi ajang perlombaan perahu, motor cross (Sunaryo, 2013).

2.5. Usaha Pariwisata

Usaha adalah kegiatan mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu (Departemen Pendidikan Nasional, 2001). Usaha adalah tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba (Solihin, 2006). Menurut Hughes dan Kapoor bahwa usaha yaitu suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Straub dan Attner menyatakan bahwa usaha adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produk dan penjualan barang-barang serta jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Berdasarkan UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Pasal 14 (1) dinyatakan bahwa bidang usaha pariwisata meliputi, antara lain: daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; dan spa.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018 tentang Pelaksanaan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata (pada bagian Lampiran) bahwa masing-masing bidang usaha pariwisata sebagaimana tertera di UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, sub bidang usaha pariwisata dapat dijelaskan seperti pada matriks berikut.

Tabel 2.1 Bidang dan Sub Bidang Usaha Pariwisata

No.	Bidang Usaha	Sub Bidang Usaha
1.	Daya Tarik Wisata	Pengelolaan Museum
		Pengelolaan Peninggalan Sejarah dan Purbakala
		Pengelolaan Pemandian Air Panas Alami
		Pengelolaan Goa
		Wisata Agro
		Pengelolaan Permukiman dan/atau Lingkungan Adat
		Pengelolaan Objek Ziarah
2.	Kawasan Pariwisata	Kawasan Pariwisata
3.	Jasa Transportasi Wisata	Angkutan Jalan Wisata
4.	Jasa Perjalanan Wisata	Agen Perjalanan Wisata
		Biro Perjalanan Wisata
5.	Jasa Makanan dan Minuman	Restoran
		Rumah Makan
		Jasa Boga

No.	Bidang Usaha	Sub Bidang Usaha
		Pusat Penjualan Makanan
		Bar/Pub
		Kafe
6.	Penyediaan Akomodasi	Hotel
		Pondok Wisata
		Bumi Perkemahan
		Persinggahan Karavan
		Vila
		Kondominium Hotel
		Apartemen Servis
		Rumah wisata
		Jasa Manajemen Hotel
		Hunian Wisata Senior/Lanjut Usia
7.	Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi	Sanggar Seni
		Jasa Impresariat/Promotor
		Galeri Seni
		Gedung Pertunjukan Seni
		Rumah Bilyar
		Lapangan Golf
		Gelanggang Bowling
		Gelanggang Renang
		Lapangan Sepak Bola/Futsal
		Lapangan Tenis
		Wisata Olahraga Minat Khusus
		Wisata Petualangan Alam
		Taman Bertema
		Taman Rekreasi
		Kelab Malam
		Diskotik
		Karaoke

No.	Bidang Usaha	Sub Bidang Usaha
		Arena permainan
		Panti/Rumah Pijat
8.	Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan insentif, Konferensi, dan Pameran	Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan insentif, Konferensi, dan Pameran
9.	Jasa Informasi Pariwisata	Jasa Informasi Pariwisata
10.	Jasa Konsultan Pariwisata	Jasa Konsultan Pariwisata
11.	Jasa Pramuwisata	Jasa Pramuwisata
12.	Wisata Tirta	Wisata Arung Jeram
		Wisata Selam
		Wisata Dayung
		Wisata Selancar
		Wisata Olahraga Tirta
		Wisata Memancing
		Dermaga Wisata
13.	SPA	SPA

Sumber: UU Nomor 10 tahun 2009

2.6. Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor wisata yang banyak dikembangkan oleh pemerintah daerah akhir-akhir ini. Menurut Nafila (2013), pariwisata budaya adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Dimana di dalam pariwisata budaya ini wisatawan akan dipandu untuk mengenali sekaligus memahami budaya dan kearifan pada komunitas lokal tersebut. Disamping itu, pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan, tempat-tempat bersejarah sekaligus museum, representasi nilai dan

sistem hidup masyarakat lokal, seni (baik seni pertunjukan atau pun seni lainnya), serta kuliner khas dari masyarakat asli atau masyarakat lokal yang bersangkutan.

Sedangkan Goeldner dalam Nafila (2013), mengemukakan bahwa pariwisata budaya mencakup semua aspek dalam perjalanan untuk saling mempelajari gaya hidup maupun pemikiran. Definisi ini lebih mengarah pada tujuan pengunjung/atau wisatawan mengunjungi wisata budaya lebih pada untuk memahami hakikat dan membandingkannya dengan kondisi budaya yang dimilikinya sebagai sebuah pemahaman baru, tentunya disamping adanya nilai estetika yang terkandung di dalamnya.

Beberapa aspek yang termasuk dalam objek pariwisata budaya diantaranya, seperti: adanya upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik-musik tradisional, perkawinan, pakaian tradisional (pakaian adat), berbagai macam upacara (seperti turun ke sawah dan upacara panen), bangunan-bangunan bersejarah, cagar budaya, beberapa peninggalan tradisional, kain tradisional (seperti kain tenun), pemeran festival budaya dan pertunjukan tradisional, hasil tekstil lokal, museum sejarah dan budaya, serta adat-istiadat lokal lainnya (Asriady, 2016). Cakupan objek wisata budaya dengan demikian sangatlah luas, namun secara sederhana dapat dikatakan bahwa situs wisata budaya tersebut berasal dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh manusia selaku pemilik budaya sebagai identitas dari kebudayaan tertentu yang muncul dalam *artefact*, *ideafact* dan *sosiofact*. Wisata budaya yang demikian sangatlah menarik bagi wisatawan yang berada di luarnya, sehingga hal ini menjadi potensi dan daya tarik tersendiri apabila dapat dikemas dengan baik, sehingga akhir-akhir ini pariwisata budaya di Indonesia semakin tumbuh dengan pesatnya pada setiap daerah.

Menurut McKercher & du Cros (2002), bahwa adanya perkembangan pariwisata budaya berkaitan erat dengan adanya apresiasi dari masyarakat untuk secara terus-menerus menjaga dan memelihara aset budaya atau pusaka budaya mereka yang dalam perkembangannya saat ini semakin dirasakan berkurang. Ahli tersebut kemudian menguraikan bahwa pada dasarnya pariwisata budaya ini paling tidak memiliki empat elemen, seperti pariwisata, bagaimana penggunaan aset-aset budaya tersebut, konsumsi produk/hasil karya, dan wisatawan budaya itu sendiri. Keempat elemen ini perlu dianalisa lebih lanjut untuk lebih menekankan pada

bagaimana pelayanan publik dibentuk guna mengembangkan keempat elemen dasar dalam pariwisata budaya tersebut.

Merujuk pada pedoman wisata sejarah dan warisan budaya yang diterbitkan Kementerian Pariwisata, pengembangan wisata budaya berpijak pada prinsip pariwisata berkelanjutan, yaitu mendorong wisatawan untuk peduli pada isu-isu keberlanjutan serta nilai sejarah, warisan budaya, serta lingkungan pembentuk budaya. Prinsip pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya dijelaskan sebagai berikut:

- a. Wisatawan yang bertanggung jawab, mempunyai ciri: melakukan perjalanan dengan motivasi budaya; berkomitmen terhadap upaya pelestarian budaya setempat; berkomitmen turut menjaga keberlanjutan lingkungan; membangun interaksi budaya dengan komunitas setempat; serta, mendorong perekonomian lokal yang berbasis komunitas.
- b. Produk yang berkelanjutan, mempunyai ciri: mempunyai nilai-nilai sejarah dan juga signifikansi warisan budaya; mempunyai interpretasi yang terstruktur dalam narasi cerita; mempunyai skenario pergerakan yang merunut alur cerita tertentu; serta, dikemas menjadi paket wisata yang disesuaikan dengan segmentasi wisatawan.
- c. Lingkungan yang berkelanjutan, memiliki ciri: masyarakat setempat terlibat aktif dalam pengembangan produk wisata; komunitas minat khusus ikut melestarikan dan mempromosikan produk wisata; akademisi mendukung pengembangan inovasi produk dan pemberdayaan masyarakat; Pemerintah setempat menginisiasi kebijakan yang mendukung pengembangan produk wisata dan pemberdayaan masyarakat.
- d. Operator wisata yang bertanggung jawab, memiliki ciri: mempromosikan produk wisata yang berbasis pelestarian; melibatkan masyarakat setempat dan komunitas minat khusus dalam pengelolaan produk wisata; mendorong wisatawan untuk peduli pada isu pelestarian; serta, mendorong perekonomian lokal yang berbasis komunitas.

Pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya terbagi atas 9 (sembilan) tahapan yang saling berkaitan. Tahapan-tahapan tersebut merupakan transformasi dari produk budaya menjadi produk naratif dan produk wisata, serta akan bermuara

pada produk destinasi. Tahapan tersebut harus selalu memperhatikan tren pariwisata global agar selalu menghasilkan produk-produk yang tepat bagi wisatawan yang motivasi budaya. Tahapan langkah demi langkah pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya ini meliputi: (i) mengidentifikasi dan menentukan daya tarik, (ii) melakukan signifikansi, (iii) merespon peluang pasar, (iv) membuat interpretasi, (v) merancang jejak warisan budaya, (vi) merumuskan produk wisata, (vii) menentukan produk wisata, (viii) menguatkan destinasi, serta (ix) serta menguatkan pengelolaan. Unsur penting dalam pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya terdiri atas: aspek produk; pasar; sumber daya manusia; infrastruktur pendukung; serta kebijakan dan tata kelola.

2.7. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Syaifuddin & Purwohandoyo (2019), masyarakat di Kabupaten Magelang yang melakukan aktivitas ekonomi di daerah wisata mendapatkan penghasilan lebih besar yaitu 76,6% di atas UMK Kabupaten dan dapat memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pariwisata berdampak positif pada perekonomian masyarakat. Selanjutnya penelitian Biantoro dan Ma'arif (2014) menyimpulkan bahwa masyarakat di kawasan wisata candi borobudur yang bekerja di kawasan candi sebagai tukang kebun dan pedagang souvenir. Masyarakat yang bekerja di sektor pariwisata dan mempunyai pekerjaan sampingan memperoleh penghasilan lebih dari 2 juta rupiah perbulan, sedangkan yang hanya bekerja di sektor pariwisata memperoleh penghasilan 1,5 – 2 juta rupiah perbulan.

Hasil penelitian Sianturi (2020) di Kabupaten Humbang Hasundutan, menyebutkan bahwa objek wisata budaya belum memberikan dampak ekonomi kepada masyarakat karena belum memiliki konsep pengembangan dan pemasaran, serta minimnya perhatian dari pemerintah setempat. Menurut penelitian Adjie (2017), permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam menjalankan aktivitas ekonomi di kawasan wisata budaya, adalah: sumber daya manusia, pendanaan, iklim, sarana dan prasarana, serta promosi. Demikian pula dengan hasil penelitian Siregar (2019) menyebutkan bahwa permasalahan yang menyebabkan sulitnya pengembangan objek wisata budaya di Desa Bahal Kecamatan Portibi Kabupaten

Padang Lawas Utara, yaitu: kualitas dan kuantitas sumber Daya Manusia (SDM) yang masih rendah, terbatasnya anggaran untuk pengelolaan objek wisata; serta, rendahnya partisipasi masyarakat.

Penelitian Laksono dan Mussadun (2014) di desa Karimunjawa menyimpulkan bahwa pendapatan masyarakat mengalami peningkatan dari aktivitas ekonomi melengkapi kebutuhan wisatawan berupa *homestay* dan sovenir. Selanjutnya, dari penelitian Kurniawan (2015) diketahui bahwa kunjungan wisatawan dapat ditingkatkan melalui penyediaan wahana/atraksi/pertunjukan di kawasan wisata, sehingga kebutuhan wisatawan seperti pramuwisata dan sovenir juga meningkat dan berdampak positif pada penyerapan tenaga kerja.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan perpaduan kualitatif dan kuantitatif (*mix research*) yang sifatnya saling melengkapi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk: 1) mendeskripsikan kondisi eksisting terkait: aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya; 2) kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata; dan, 3) upaya yang harus dilakukan dalam menumbuhkan/menciptakan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya. Pendekatan deskriptif kuantitatif sederhana digunakan untuk mendeskripsikan: 1) jumlah aktivitas ekonomi masyarakat yang memnfaatkan pariwisata budaya sebagai objek wisata, dan 2) persentase kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 5 (lima) kabupaten, yaitu: Batubara, Humbang Hasundutan, Karo, Langkat, dan, Padang Lawas Utara. Kelima kabupaten memiliki objek wisata budaya, disajikan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Objek Wisata Budaya di Lokasi Penelitian

No.	Kabupaten lokasi Penelitian	Objek Wisata Budaya
1.	Batubara	1. Istana Indrapura 2. Istana Nita Lima Laras 3. Kubah Datuk Batubara 4. Meriam Nenas Siam 5. Meriam Simpang Dolok 6. Pantai Wisata Datuk 7. Pantai Sejarah
2.	Humbang Hasundutan	1. Tombak Sulusulu 2. Istana Sisingamangaraja 3. Batu Hundul Hundulan 4. Hariara Tungkot 5. Adian Ni Raja 6. Kampung Budaya Purba 7. Batu Siungkap Ungkapan 8. Kampung Budaya Bakara 9. Huta Banjar Ganjang 10. Kampung Budaya Sianmbela

		<ul style="list-style-type: none"> 11. Sarkopagus Manullang 12. Pulau Sitakke 13. Kampung Budaya Marbun 14. Pasar Tradisional 15. Komunitas Budaya Raja Napitu 8. Tenun Tradisional Ulos
3.	Karo	<ul style="list-style-type: none"> 1. Museum Pusaka Karo 2. Desa Budaya Peceren 3. Desa Budaya Lingga 4. Desa Budaya Dokan 5. Taman Alam Lumbini 6. Gereja Inkulturatif Karo Santo Fransiskus Asisi Berastagi
4.	Langkat	<ul style="list-style-type: none"> 1. Makam Keramat Panjang Pulau Kampai 2. Mesjid Raya Stabat 3. Wisata Sejarah Rumah Peninggalan Belanda 4. Sumur Keramat Garunggang 5. Pantai Gemi 6. Makam Mas Merah Pulau Kampai 7. Makam Paya Rengas 8. Batu Malenggang 9. Ampera 10. Mesjid Azizi 11. Makam T. Amir Hamzah 12. Kampung Bali 13. Museum Daerah 14. Makam Tuan Guru Besilam
5.	Padang Lawas Utara	<ul style="list-style-type: none"> 1. Candi Bahal I 2. Candi Bahal II 3. Candi Bahal III 4. Candi Pulo 5. Candi Bara 6. Candi Aloban 7. Candi Tanjung Bangun 8. Candi Sitopayan 9. Candi Naga Saribu

Pemilihan kelima kabupaten dilakukan berdasarkan perwakilan dari 3 kategori Wilayah di Sumatera Utara, yaitu: 1) Langkat dan Batubara mewakili Wilayah Pantai Timur; 2) Padang Lawas Utara mewakili Wilayah Pantai Barat; dan 3) Karo dan Humbang Hasundutan mewakili Wilayah Dataran Tinggi. Selain itu, pemilihan kelima lokasi penelitian juga telah mewakili beberapa suku di Sumatera Utara, yaitu: 1) Langkat dan Batubara mewakili Suku Melayu; 2) Padang Lawas Utara

mewakili Suku Batak Mandailing dan Angkola; 3) Karo mewakili Suku Karo; dan 4) Humbang Hasundutan mewakili Suku Batak Toba. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, terhitung mulai bulan Agustus s.d Nopember 2021 seperti pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Agustus				September				Oktober				Nopember			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan ICP		■														
2.	Penyusunan TOR		■														
	Rapat ICP & TOR			■													
3.	Penyusunan Proposal dan Intrumen Penelitian			■	■												
4.	Rapat Proposal			■													
5.	Perbaikan Proposal			■													
6.	Pelaksanaan survey untuk mendapatkan data awal					■	■	■	■								
7.	Rapat TPM 1					■	■	■	■								
8.	Perbaikan saran TPM 1					■	■	■	■								
9.	Pengumpulan data lapangan: a. Pengisian kuesioner b. Wawancara dan observasi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8.	Pengolahan/analisa data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9.	Focus Group Discussion					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10.	Penyusunan laporan akhir					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11.	Rapat TPM 2																■
12.	Perbaikan saran TPM 2																■
13.	Seminar Hasil																■
14.	Revisi akhir laporan penelitian																■
15.	Penjilidan laporan akhir																■

3.3. Subjek, Objek, dan Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain, Pelaku usaha/pengelola objek wisata budaya, Wisatawan Nusantara, dan Asosiasi Pariwisata. Objek yang diteliti adalah aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan pariwisata budaya. Informan penelitian adalah: Kadis/Sekretaris/ Kabid/Kasi Dinas Pariwisata atau sebutan lain; masyarakat pengusaha objek dan daya tarik wisata budaya, asosiasi pariwisata, dan wisatawan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan:

1. Observasi, yaitu tim peneliti melakukan pengamatan langsung ke minimal 2 objek wisata budaya di masing-masing lokasi penelitian. Pemilihan minimal 2 objek wisata budaya untuk diobservasi di masing-masing lokasi penelitian adalah berdasarkan saran dan masukan serta petunjuk dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain di masing-masing kabupaten lokasi penelitian. Adapun persyaratan objek wisata budaya untuk diobservasi pada konteks penelitian ini adalah sering dikunjungi wisatawan.
Hal-hal yang diobservasi adalah kondisi aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar objek wisata budaya, misalnya: ketersediaan penginapan, pemanfaatan objek dan daya tarik wisata, ketersediaan restoran/rumah makan, ketersediaan moda transportasi umum menuju objek wisata, ketersediaan jasa dan tempat selfi, dan lain sebagainya.
2. Studi dokumen, yaitu menelusuri beberapa dokumen yang terkait dengan penelitian, diantaranya:
 - 1) Renstra & Renja 2021 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain;
 - 2) Daftar hotel/motel/bungalow/bar/homestay/lainnya;
 - 3) Daftar masyarakat pengusaha objek dan daya tarik wisata budaya
 - 4) Daftar usaha restoran/rumah makan;
3. Kuesioner/Angket, yaitu pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertulis terkait aktivitas ekonomi masyarakat di sektor pariwisata budaya. Kuesioner diberikan kepada pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain, serta pelaku usaha pariwisata. Jumlah pelaku usaha pariwisata yang mengisi kuesioner adalah minimal 3 pelaku usaha pariwisata di bidang usaha yang berbeda per kabupaten lokasi penelitian.
4. Interview, yaitu dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur. Interview dilakukan kepada: pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain, Asosiasi Pariwisata, minimal 3 pelaku usaha pariwisata di bidang usaha yang berbeda per kabupaten lokasi penelitian; dan minimal 5 wisatawan nusantara per kabupaten lokasi penelitian.

Pertanyaan-pertanyaan adalah tentang: 1) kondisi aktivitas ekonomi masyarakat di sektor usaha pariwisata dan permasalahannya; 2) upaya/program/kegiatan untuk menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat di sektor pariwisata budaya dan permasalahannya; 3) kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di objek wisata; dan lain sebagainya.

Interview juga dilakukan melalui FGD di Kantor Balitbang Provinsi Sumatera Utara untuk membahas temuan awal penelitian, dengan mengundang seluruh stakeholder yang terkait.

3.5. Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis dengan teknik analisis domain dan analisis taksonomi. Teknik analisis domain memberikan hasil analisis yang luas dan umum, tetapi belum terperinci serta masih bersifat menyeluruh. Apabila yang diinginkan adalah suatu hasil dari analisis yang terfokus pada suatu domain atau sub-sub domain tertentu maka peneliti harus menggunakan teknik analisis taksonomi. Taksonomi merupakan upaya mengklasifikasi, mengelompokkan, dan/atau merinci suatu objek. Analisis taksonomi adalah analisis yang tidak hanya penjelajahan umum, melainkan analisis yang memusatkan perhatian pada domain tertentu yang sangat berguna untuk menggambarkan fenomena atau masalah yang menjadi sasaran studi. Analisis taksonomi terhadap data dan informasi penelitian disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Analisis Taksonomi terhadap Data dan Informasi Penelitian

No.	Hal-Hal yang Dianalisis	Pendekatan Analisis yang Dilakukan
1.	Menganalisis secara umum usaha-usaha pariwisata yang memanfaatkan objek wisata budaya serta usaha-usaha pariwisata pendukung lainnya	Pendekatan kualitatif
2.	Menganalisis objek wisata budaya di daerah	Pendekatan kualitatif
3.	Menganalisis aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya serta kebijakan Pemerintah Daerah dalam upaya menumbuhkan dan/atau mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan objek wisata budaya	Pendekatan kualitatif

No.	Hal-Hal yang Dianalisis	Pendekatan Analisis yang Dilakukan
4.	Menganalisis jumlah dan persentase kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya	Pendekatan kuantitatif

Data yang bersumber dari hasil wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumen dianalisis secara kualitatif. Analisis data secara kualitatif dilakukan melalui beberapa langkah-langkah analisis:

- a. Melakukan coding terhadap setiap data dan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, kuesioner dan studi dokumen;
- b. Menentukan kesamaan data dan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumen berdasarkan konteks yang berbeda;
- c. Mengkolaborasikan perbedaan data dan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumen.
- d. Melakukan klasifikasi dan kategorisasi terhadap data dan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumen.
- e. Selanjutnya mencari hubungan diantara masing-masing kategorisasi.

Adapun data mengenai jumlah dan persentase aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya serta jumlah dan persentase kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata di masing-masing lokasi penelitian dianalisis secara kuantitatif sederhana.

3.6. Definisi Operasional Variabel

1. Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun kelompok dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas kesehariannya;
2. Pariwisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berulang-ulang;
3. Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang mengandalkan potensi kebudayaan sebagai daya tarik wisata yang paling dominan;
4. Daya tarik wisata budaya terdiri dari: kerajinan, tradisi, sejarah dari suatu tempat/daerah, arsitektur, makanan lokal/tradisional, seni dan musik, cara hidup suatu masyarakat, agama, bahasa tradisional, pakaian lokal/tradisional;

5. Pemanfaatan pariwisata budaya merupakan pemanfaatan budaya sebagai objek wisata untuk peningkatan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat;
6. Aktivitas ekonomi adalah keaktifan atau kegiatan atau serangkaian tindakan yang memperdagangkan, menjual atau mendistribusikan barang atau jasa untuk mendukung sektor pariwisata, khususnya pariwisata budaya;
7. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya adalah aktivitas ekonomi yang memanfaatkan usaha-usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata, yaitu: pengelolaan museum; pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala; pengelolaan pemandian air panas alami; pengelolaan goa; wisata agro; pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat; serta, pengelolaan objek ziara.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Aktivitas Ekonomi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Sejarah/Budaya

Pemaparan hasil penelitian tentang aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya pada konteks penelitian ini dilihat dari 3 sudut pandang, yaitu: 1) pemaparan terhadap usaha-usaha pariwisata yang memanfaatkan objek wisata budaya serta usaha-usaha pariwisata pendukung lainnya; 2) pemaparan terhadap objek wisata budaya di daerah; dan 3) pemaparan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya serta kebijakan Pemerintah Daerah dalam upaya menumbuhkan dan/atau mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan objek wisata budaya dimaksud.

4.1.1. Kabupaten Batubara

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait usaha-usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya di Kabupaten Batubara, disajikan pada Tabel. 4.1.

Tabel 4.1. Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Sejarah/Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Pengelolaan museum	1
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala	13
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami	1
4.	Pengelolaan goa	-
5.	Wisata agro	-
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat	1
7.	Pengelolaan objek ziarah	3

Sumber: Data Penelitian (2021)

Keterangan: tanda "--" = tidak terdapat informasi

Berdasarkan Tabel 4.1. dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Batubara memiliki banyak usaha pariwisata yang memanfaatkan objek wisata budaya yang dapat menumbuhkan dan/atau mengembangkan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar objek wisata. Selain usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.1. Kabupaten Batubara juga memiliki banyak usaha pariwisata lain, disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara

No.	Jenis Usaha Pariwisata	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Usaha Jasa <i>Homestay</i>	-
2.	Usaha Jasa Wisma	1
3.	Usaha Jasa Hotel	6
4.	Usaha Jasa Penginapan lain	3
5.	Usaha Rumah Makan*	74
6.	Usaha Restoran*	11
7.	Usaha Jasa Karaoke & Coffe	11
8.	Usaha Jasa Agen Perjalanan	-
9.	Usaha Jasa Sanggar Seni	11
10.	Usaha Jasa Pijat & Refleksi	8

Sumber: Data Penelitian (2021)

Keterangan: *Data BPS (Batubara Dalam Angka 2016, dikeluarkan BPS tahun 2018)

Usaha pariwisata lain sebagaimana pada Tabel 4.2. dapat mendukung usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata budaya untuk mengakomodir kebutuhan wisatawan di lokasi objek wisata di Kabupaten Batubara. Kabupaten Batubara memiliki banyak objek wisata budaya yang dikelola oleh pelaku usaha pariwisata yang dapat menumbuhkan/mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, beberapa diantaranya adalah:

1. Istana Niat Lima Laras;
2. Komplek Makam Raja Lima Laras;
3. Kubah Datuk Batubara;
4. Meriam Bogak;
5. Meriam Nanasiam;

6. Kompleks Masjid Padang Genting;
7. Meriam Simpang Dolok;
8. Sumur Bor Simpang Dolok;
9. Situs Pemakaman Masjid Lamo;
10. Komplek Makam Wan Alang;
11. Situs Bunker Perang Peninggalan Jepang;
12. Meriam Datuk Simuangsa;
13. Istana Indrapura;
14. Masjid Indrapura;
15. Kompleks Makam Raja Indrapura dan Bukit Kerang;
16. Kain Tenun Batubara;
17. Tugu Perjuangan.

Objek-objek wisata di atas belum semuanya dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan berbagai alasan yang beragam. Masyarakat Batubara belum melakukan aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan objek wisata budaya pada semua destinasi wisata. Aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya di beberapa objek wisata budaya, misalnya: Museum Daerah, Istana Indrapura, Mesjid Indrapura, Situs Pemakaman Masjid Lamo, Benteng Perang Peninggalan Jepang (Pantai Sejarah), dan beberapa objek wisata budaya lainnya adalah:

1. Usaha jualan makanan ringan, indomi, kopi, teh, rokok, dan lainnya;
2. Usaha jualan souvenir/cinderamata pakaian Songket ciri khas Melayu;
3. Usaha jualan souvenir/cinderamata berbahan dasar pohon mangrove;
4. Usaha jualan makanan/minuman berbahan dasar buah mangrove, seperti: teh mangrove, tempe mangrove, sirup mangrove;
5. Usaha pembuatan/penjualan abon ikan;
6. Usaha pembuatan/penjualan tikar pandan;
7. Terlibat menjadi kelompok tani Cinta Mangrove dalam pengelolaan Pantai Sejarah;
8. Fasilitasi penginapan homestay (rumah masyarakat sekitar);
9. Fasilitasi penginapan di tenda;

10. Fasilitasi seni pertunjukan tari, adat dan budaya Melayu;
11. Fasilitasi tempat terhadap program vaksinasi Pandemi Covid 19;
12. Fasilitasi tempat kegiatan pelatikan Komunitas Sedekah Jumat;
13. Fasilitasi tempat kegiatan anniversary komunitas Yamaha, Vespa, CB, Camping;
14. Fasilitasi tempat pengukuhan (inagurasi) mahasiswa baru dari beberapa perguruan tinggi;
15. Fasilitasi karyawisata (field trip) mahasiswa dan dosen dari beberapa perguruan tinggi;
16. Fasilitasi workshop mangrove kepada wisatawan;
17. Fasilitasi kegiatan Pesta Tapai di lokasi Mesjid Lamo;
18. Fasilitasi kegiatan penelitian dan pendidikan;
19. Jasa pramuwisata.

Salah satu objek wisata budaya/sejarah di Kabupaten Batubara yang diobservasi adalah Pantai Sejarah, yaitu sebuah pantai yang berada di Kecamatan Batubara dengan panjang kurang lebih 5 kilometer. Pantai ini memiliki nilai sejarah yaitu tentara Jepang mendarat pertama kali di Kepulauan Sumatera ketika perang dunia ke-2 tahun 1942. Jepang melihat potensi pantai ini sebagai tempat pertahanan yang strategis dan memutuskan untuk mendarat di pantai tersebut. Daerah ini juga memiliki Situs Bunker Perang Peninggalan Jepang. Pantai Sejarah juga terintegrasi dengan adanya konservasi dan penanaman mangrove serta adanya Museum Daerah yang juga berlokasi di pantai tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan yang berkunjung dapat menikmati keindahan pantai dengan nuansa dan nilai sejarah yang dimiliki serta juga dapat mengunjungi Museum Daerah di sekitar pantai dimaksud.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa objek wisata Pantai Sejarah dikunjungi minimal 200 orang wisatawan setiap harinya. Bila hari Sabtu, Minggu dan hari libur, jumlah pengunjung wisatawan dapat mencapai 300-500 orang dalam sehari. Ketika tim peneliti melakukan observasi ke lokasi objek wisata pada hari kerja (Kamis) sekitar pukul 11.00 sampai 13.00, jumlah pengunjung wisatawan telah mencapai kurang lebih 100 orang wisatawan. Artinya bahwa bila pengunjung wisatawan banyak, maka aktivitas ekonomi akan tumbuh dan berkembang, dan

begitu juga sebaliknya akan terjadi. Jumlah pengunjung wisatawan berbanding lurus dengan aktivitas ekonomi masyarakat di daerah sekitar.

Pemerintah Daerah telah membangun kios-kios kecil di sepanjang pantai untuk digunakan untuk berjualan oleh masyarakat sekitar. Dinas UMKM Kabupaten Batubara telah membangun 12 unit kios, Dinas Perikanan Kabupaten Batubara membangun 6 unit kios, dan Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Batubara membangun wahana permainan. Para masyarakat sekitar menjajahkan jualannya dengan menggunakan kios-kios dimaksud serta beberapa masyarakat lainnya yang tidak mendapatkan kios memanfaatkan pondok-pondok untuk berjualan. Para masyarakat menjual makanan ringan, indomie, kopi, teh, rokok, pakaian songket, cinderamata, teh mangrove, tempe mangrove, sirup mangrove, abon ikan, tikar pandan, dan lain lain.

Pantai sejarah dikelola oleh masyarakat Kelompok Tani Pecinta Mangrove di Desa Perupuk. Jumlah pengelola dan karyawan Pantai Sejarah sebanyak 46 orang, yaitu 13 orang bekerja di wahana permainan, 15 orang bekerja di parkir, 4 orang bekerja di jembatan penyeberangan, 4 orang bekerja di kebersihan, 5 orang bekerja di jaga malam, dan 5 orang sebagai pengurus. Para pengelola dan karyawan mendapat gaji bulanan, sehingga dapat menambah dan meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Pantai Sejarah sering digunakan sebagai tempat merayakan kegiatan anniversary oleh komunitas Yamaha, Vespa, CB, dan camping. Kegiatan anniversary biasanya dihadiri oleh lebih dari 400 orang komunitas setiap kali event. Kebutuhan makan, minum serta lainnya oleh komunitas selama kegiatan berlangsung diakomodir oleh masyarakat pelaku usaha di sekitar Pantai Sejarah. Hal ini tentunya dapat menumbuhkan dan mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.

Pantai Sejarah juga digunakan sebagai tempat pelantikan Komunitas Sedekah Jumat (KSJ) dan tempat vaksin Covid 19. Para peserta KSJ adalah seluruh kepala desa dan perangkat desa di Kabupaten Batubara. Informasi yang dihimpun bahwa kegiatan ini biasanya dihadiri oleh lebih 100 orang kepala desa dan perangkat desa setiap kali kegiatan pelantikan. Kegiatan KSJ dilakukan selama 1 hari dengan berbagai acara kegiatan hiburan, sehingga membutuhkan makan dan minum serta

kebutuhan lainnya selama acara kegiatan berlangsung. Kebutuhan peserta yang hadir tersebut diakomodir oleh masyarakat pelaku usaha di lokasi objek wisata, sehingga dapat menciptakan dan menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, yang berdampak pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat.

Pantai Sejarah juga digunakan sebagai tempat pengukuhan (inagurasi) mahasiswa baru serta karyawisata (field trip) mahasiswa dan dosen dari beberapa perguruan tinggi, diantaranya: Universitas Simalungun, Universitas Asahan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Asahan. Kegiatan inagurasi dan karyawisata kadang-kadang dilakukan selama 1 minggu dengan berbagai kegiatan outdoor kampus. Para mahasiswa dan dosen harus menginap di pondok-pondok atau rumah masyarakat sekitar atau menginap di tenda-tenda di lokasi objek wisata. Jumlah peserta mahasiswa dan dosen biasanya lebih 100 orang setiap kegiatan. Kebutuhan makan, minum, penginapan, dan lainnya oleh mahasiswa dan dosen selama melakukan kegiatan diakomodir oleh masyarakat pelaku usaha di lokasi objek wisata, sehingga dapat menciptakan dan menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, yang berdampak pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat.

Pantai Sejarah juga digunakan untuk menggelar kegiatan Workshop konservasi dan penanaman Mangrove oleh PT. Indonesia Asahan Aluminium (Persero) atau INALUM. Kegiatan ini juga dihadiri oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Batubara, Pemerintah Kecamatan Lima Puluh, Pemerintah Desa Prupuk dan peserta workshop yang merupakan Kelompok Pecinta Mangrove Desa Gambus Laut dan Prupuk. Kebutuhan makan, minum, dan lainnya oleh peserta workshop selama melakukan kegiatan diakomodir oleh masyarakat pelaku usaha di lokasi objek wisata, sehingga dapat menciptakan dan menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, yang berdampak pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat.

Selain Pantai Sejarah, salah satu objek wisata budaya di Kabupaten Batubara adalah Mesjid Lamo. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa masyarakat Batubara merayakan Pesta Tapai setiap tahun di lokasi objek wisata Mesjid Lamo. Pesta Tapai adalah sebuah tradisi tahunan yang rutin dilaksanakan oleh masyarakat Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara

setiap 17 hari sebelum menyambut bulan suci ramadhan. Tradisi Pesta Tapai dilakukan dengan cara menjual makanan berupa tapai, lemang dan kue khas Melayu lainnya. Pelaku usaha lainnya (misalnya penjual: mainan anak-anak, cinderamata, selop, perlengkapan sholat, buah-buahan, makanan ringan, dan lain-lain) juga melibatkan diri pada Pesta Tapai. Pesta Tapai menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Perputaran uang sangat dimungkinkan terjadi selama Pesta Tapai. Pendapatan masyarakat, khususnya masyarakat pelaku usaha sekitar meningkat dan bertambah. Informasi yang dihimpun bahwa rata-rata penghasilan masyarakat pelaku usaha minimal Rp. 1.000.000 per hari.

Berikut hasil kuesioner yang diberikan kepada sejumlah pelaku usaha terkait kondisi eksisting usaha mereka serta pendapatan mereka sebelum dan setelah Pandemi Covid 19, disajikan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Kondisi dan Pendapatan Pelaku Usaha Pariwisata dengan Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Batubara

No.	Jenis/Nama Usaha	Item Pernyataan	Deskripsi Jawaban
1.	Kantin Café Lumba-Lumba Laut	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Pantai Sejarah, Museum Daerah
		Pendapatan per bulan	➤ Rp. 15.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 4.000.000 (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	-
2.	Cafe Star Fish	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Pantai Sejarah, Museum Daerah
		Pendapatan per bulan	➤ Rp. 5.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 3.000.000; (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang
3.	Café Ombak Laut	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Pantai Sejarah, Museum Daerah
		Pendapatan per bulan	➤ Rp. 5.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) Rp. 3.000.000; (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang

No.	Jenis>Nama Usaha	Item Pernyataan	Deskripsi Jawaban
4.	Cafe Putri Laut	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Pantai Sejarah, Museum Daerah
		Pendapatan per bulan	➤ Rp. 7.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 5.000.000 (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang

Sumber: Data Penelitian (2021)

Aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya belum tumbuh dan/atau bahkan berkembang secara optimal. Terdapat beberapa permasalahan dalam pengelolaan objek wisata budaya, diantaranya adalah:

1. beberapa objek wisata budaya yang dimiliki oleh keluarga kerajaan, misalnya Istana Niat Lima Laras terbengkalai atau tidak dikelola dengan baik oleh keluarga kerajaan. Istana Niat Lima Laras memiliki lantai tidak terlalu bersih, kayu-kayu di hampir setiap sudut bangunan telah lapuk dan ditemplei dengan kayu papan seadanya, cat pudar, serta atap menganga dan berlubang;
2. kurangnya Sumber Daya Manusia profesional di bidangnya, misalnya: peneliti untuk koleksi tertentu di Museum Daerah;
3. kurangnya anggaran/dana untuk pengembangan objek wisata budaya;
4. ketidakkonsistenan pengunjung, banyaknya pengunjung hanya bergantung pada saat-saat libur dan hari-hari besar;
5. rendahnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap objek wisata budaya;
6. beberapa objek wisata budaya belum memiliki daya tarik yang menjadikannya sebagai destinasi utama untuk dikunjungi dalam waktu senggang atau masa libur;
7. kurangnya pengembangan, pengelolaan, dan perawatan terhadap potensi wisata budaya;
8. keterbatasan sarana dan prasarana penunjang kepariwisataan untuk memenuhi standar pelayanan kepada wisatawan;
9. kurangnya pemahaman masyarakat akan keberadaan objek wisata budaya sehingga menimbulkan kurangnya ketertarikan untuk mengunjunginya;

10. kurangnya *event-event* kebudayaan untuk dilaksanakan;
11. minimnya paket wisata budaya untuk dipasarkan oleh biro perjalanan pariwisata kepada wisatawan/calan wisatawan;
12. pemahaman masyarakat dan wisatawan terhadap kebersihan masih kurang;
13. Rendahnya peran serta masyarakat akan sadar wisata dan sadar budaya.

Untuk menumbuhkan dan/atau mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya, maka permasalahan-permasalahan di atas harus diminimalisir dengan berbagai kebijakan Pemerintah Daerah. Adapun beberapa kebijakan Pemerintah Daerah melalui Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Batubara disajikan berikut ini:

1. Meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata;
2. Pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata;
3. Melaksanakan promosi pariwisata nusantara di dalam dan luar daerah;
4. Pelatihan pemandu pariwisata;
5. Meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata;
6. Mengembangkan objek wisata unggulan;
7. Mengembangkan SDM profesionalisme bidang pariwisata;
8. Karya bakti wisata terpadu;
9. Mengembangkan keahlian pelayanan jasa usaha pariwisata.

4.1.2. Kabupaten Humbang Hasundutan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait usaha-usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan, disajikan pada Tabel. 4.4.

Tabel 4.4. Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Pengelolaan museum	-
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala	65
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami	-
4.	Pengelolaan goa	3

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
5.	Wisata agro	98
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat	160
7.	Pengelolaan objek ziarah	2

Sumber: Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4. di atas dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki banyak usaha pariwisata yang memanfaatkan objek wisata budaya yang dapat menumbuhkan dan/atau mengembangkan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar objek wisata. Selain usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.4, Kabupaten Humbang Hasundutan juga memiliki banyak usaha pariwisata lain, disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan

No.	Jenis Usaha Pariwisata	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Usaha Jasa Homestay	152
2.	Usaha Jasa Hotel	3
3.	Usaha Jasa Penginapan lain	11
4.	Usaha Makanan dan Minuman (Kuliner)	71
5.	Agen Perjalanan	4
6.	Sanggar Seni	11

Sumber: Data Penelitian (2021)

Usaha pariwisata lain sebagaimana pada Tabel 4.5. dapat mendukung usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata budaya untuk mengakomodir kebutuhan wisatawan di lokasi objek wisata di Kabupaten Humbang Hasundutan. Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki banyak objek wisata budaya yang dikelola oleh pelaku usaha pariwisata yang dapat menumbuhkan/mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, beberapa diantaranya disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Beberapa Objek Wisata Budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan

No	Desa	Kecamatan	Objek Wisata Budaya/Sejarah
1	Siunong Unong Julu	Baktiraja	Adian Ni Raja
			Batu Gamping
			Kampung Budaya Purba
2	Simamora	Baktiraja	Istana Raja Sisingamangaraja
			Sumur Raja Sisingamangaraja
			Homban
			Batu Siungkap Ungkapon
			Kampung Budaya Bakara
3	Sinambela	Baktiraja	Haraiara Tukkot
			Huta Banjar Ganjang
			Situs Batu Hundul-Hundulan
			Hariara Tungkot
			Kampung Budaya Simanullang
4	Simangulampe	Baktiraja	Kampung Budaya Sinambela
			Situs Sejarah Sisingamanagaraja
			Aek Sipangolu
5	Marbun Tonga	Baktiraja	Sarkopagus Manullang
			Pulau Sitakke
			Tombak Sulu-Sulu
6	Marbun Dolok	Baktiraja	Tombak Hatuaan
			Homban
			Goa Partapaan Br. Pasaribu
			Kampung Budaya Marbun
7	Marbun Toruan	Baktiraja	Ritual Mangebang Solu
8	Tipang	Baktiraja	Situs Batu Toguan
			Situs Batu Siukkap Ukkapon
			Ritual Marsirimpa Sihali Aek
			Ritual Mangan Indah Siporhis
			Komunitas Budaya Raja Napitu
			Perkampungan Tua
			Sarkopagus Purba
			Sarkopagus Manalu
			Sarkopagus Simamora
			Sarkopagus Nababan
Benda Peninggalan Purba Kala			
			Makam Tua Kampung Budaya Purba
			Makam Tua Kampung Budaya Manalu
			Makam Tua Kampung Budaya Debataraja
			Makam Tua Kampung Budaya Silaban

No	Desa	Kecamatan	Objek Wisata Budaya/Sejarah
			Makam Tua Kampung Budaya Lumban Toruan
			Makam Tua Kampung Budaya Nababan
			Makam Tua Kampung Budaya Hutasoit
			Homban Sihali Aek Dolok, Sihali Aek Toruan
			Parik Huta (Pagar Batu)
			Prasasti Borsak Sirumonggur
9	Paranginan Utara	Paranginan	Rumah Doa
10	Pearung Silali	Paranginan	Parsoburan Ni Gajah Raja Sisinga Mangaraja
			Batu Marsanggul
			Gua Sipangaliulu
11	Sihonongan	Paranginan	Tenun Tradisional Ulos
			Rumah Doa Simatupang
12	Siponjot	Lintongnihuta	Tao Silosung
13	Pargaulan	Lintongnihuta	Tao Sipinggan
14	Janji	Doloksanggul	Situs Sangga Pati Sinambela
15	Parsingguran 1	Pollung	Sarkopagus
16	Parsingguran 2	Pollung	Situs Sejarah Ulu Darat
			Sarkopagus Op. Pankop Bosi Banjarnahor
			Sarkopagus Op. Nagari Langit Banajarnahor
17	Hutapaung	Pollung	Tambok Aceh
			Kerajinan Ulos
			Sarkopagus Op. Jembe Lumban Gaol
18	Sipituhuta	Pollung	Partonggoan Sisingamangaraja
			Ritual Manigi
19	Hutajulu	Pollung	Sarkopagus Juara Manggun Sitinjak

Sumber: Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa objek wisata-objek wisata pada Tabel 4.6. belum semuanya dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat dengan berbagai alasan yang beragam. Masyarakat Humbang Hasundutan belum melakukan aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan objek wisata budaya pada semua destinasi wisata. Aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya, di beberapa objek wisata budaya, misalnya:

Istana Sisingamangaraja dan beberapa kampung budaya di Kecamatan Baktiraja adalah:

1. Usaha warung nasi;
2. Fasilitas seni pertunjukan tari dan budaya seperti: Tor-Tor, Uning-Uningan, seni Martonun;
3. Fasilitas penginapan homestay;
4. Fasilitas penginapan hotel;
5. Pembuatan kue dan minuman untuk sarapan/makan pagi bagi wisatawan;
6. Usaha warung kedai kopi;
7. Menjual buah-buahan dan produk hortikultural lainnya (mangga, kopi, cabai, Bawang, dll);
8. Fasilitas pembuatan film sejarah dan Budaya Batak;
9. Jasa pramuwisata;
10. Fasilitas kegiatan penelitian dan pendidikan;
11. Fasilitas pertemuan dan kunjungan pejabat.

Penjelasan tambahan dari aktivitas ekonomi masyarakat di Kabupaten Humbang Hasundutan di atas adalah bahwa ketika pengunjung/wisatawan datang ke lokasi objek wisata, maka usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata budaya dapat berjalan sebagaimana mestinya, sehingga dapat menggerakkan banyak aktivitas ekonomi masyarakat sekitar untuk tumbuh dan/atau bahkan berkembang. Pengelola objek wisata dan masyarakat sekitar memanfaatkan usaha jasa penginapan baik hotel maupun homestay bagi wisatawan yang ingin menginap di lokasi objek wisata dengan harga penginapan yang terjangkau serta para wisatawan dapat menikmati dan merasakan nuansa pedesaan yang bernilai budaya dan sejarah Batak Toba. Pengelola objek wisata melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi menyiapkan sarapan dan kebutuhan makan siang dan malam bagi para wisatawan yang menginap dengan menu tradisional serta kebutuhan wisatawan lainnya, misalnya: kopi, rokok, kue-kue, dan kebutuhan sekunder lainnya. Masyarakat juga menyiapkan hiburan rakyat berupa tari Tor-Tor dan Uning-uningan Batak untuk menghibur para wisatawan sesuai dengan permintaan wisatawan. Pelaku usaha jasa seni pertunjukan bekerjasama dengan anak-anak sekolah (SD, SMP, & SMA/SMK) dan masyarakat setempat lainnya dengan

melibatkan mereka sebagai pelaku seni tari dan pemain musik saat hiburan dibutuhkan oleh para wisatawan.

Ketika Kepala Kepolisian Daerah (Kapolda) Sumatera Utara bersama jajarannya didampingi oleh Kapolres Humbahas mengunjungi Istana Raja Sisingamangaraja XII di Jalan Raya Baktiraja, tim rombongan meminta pengelola Istana Sisingamangaraja mempersiapkan tarian adat penyambutan sebagai bentuk penghormatan atas kedatangan Kapolda Sumut beserta rombongan. Pengelola objek wisata “Istana Sisingamangaraja” melibatkan sejumlah masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam hal tarian adat penyambutan dimaksud serta kebutuhan makan minum Kapolda dan rombongan serta mempersiapkan cinderamata sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang. Keterlibatan masyarakat akan kegiatan tersebut merupakan upaya pemanfaatan objek wisata budaya untuk bernilai ekonomis.

Beberapa wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata budaya bertujuan untuk melakukan riset dan harus menginap di tempat lokasi objek wisata selama berminggu-minggu. Kebutuhan hidup para peneliti khususnya peneliti yang dari luar Sumatera Utara selama tinggal di lokasi objek wisata, mulai dari kebutuhan makan dan minum; penginapan; jasa pramuwisata (*storyteller* sejarah dan budaya daerah); dan kebutuhan sekunder lainnya, diakomodir oleh pengelola objek wisata serta masyarakat setempat, sehingga dapat menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Beberapa masyarakat sekitar lainnya menjajahkan jualannya (buah-buahan, cabai, bawang, kopi, kue, andaliman, dll) di luar sekitar objek wisata, khususnya bagi para wisatawan yang *half day*, yaitu wisatawan yang hanya singgah di lokasi objek wisata dan tidak menginap sebagai buah tangan atau oleh-oleh untuk dibawa pulang. Hal ini juga dapat menambah penghasilan para masyarakat sekitar dengan memanfaatkan objek wisata budaya dimaksud.

Pengelola objek wisata, misalnya pengelola “Istana Sisingamangaraja dan beberapa kampung budaya lainnya” juga membuka kedai kopi atau kios-kios kecil di dalam lokasi objek wisata tersebut, dengan mempersiapkan segala kebutuhan sekunder wisatawan saat berada di lokasi objek wisata sehingga kenyamanan dan

keamanan wisatawan terkait kebutuhan sekunder tersebut dapat terpenuhi dengan tidak harus keluar untuk membelinya.

Selama masa Pandemi Covid 19, para pengelola objek wisata budaya masih menutup objek wisatanya sesuai arahan dari Pemerintah Daerah, akan tetapi ketika Tim Peneliti berkunjung ke beberapa objek wisata budaya, maka pengelola bersedia membukanya untuk urusan penelitian. Pada waktu bersamaan, beberapa rombongan wisatawan dari Kota Medan sebanyak lebih dari 10 orang juga datang berkunjung ke Istana Sisingamangaraja. Tim Peneliti dan beberapa rombongan wisatawan lain tersebut juga membutuhkan jasa pengelola sebagai pramuwisata untuk menjelaskan nilai sejarah dan budaya yang ada pada objek wisata budaya dimaksud. Tim peneliti dan rombongan wisatawan lain tersebut memberikan sejumlah uang suka rela kepada pengelola objek wisata sebagai konsekuensi timbal balik dari pekerjaan yang telah dilakukan. Para pengelola objek wisata tidak mematok harga dan wisatawan tidak mengeluarkan biaya uang masuk untuk dapat memasuki objek wisata budaya, akan tetapi para wisatawan dapat memberikan sejumlah uang seiklasnya kepada pengelolanya.

Selain objek wisata budaya “Istana Sisingamangaraja”, Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan sebagai salah satu lokasi observasi penelitian, memiliki banyak objek wisata budaya yang dapat diintegrasikan untuk menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat, diantaranya: Banjar Tonga, Kampung Budaya Simamora, Kampung Budaya Simanullang, Kampung Budaya Manalu (Banjar Tonga), Aek Sitio-tio, Aek Sipangolu, dan lain lain. Potensi wisata budaya ini berpeluang dikembangkan karena didukung oleh adanya pembangunan Pelabuhan Marbun Toruan Baktiraja, yang sampai saat obeservasi dilakukan pembangunannya belum selesai. Pengembangan objek wisata budaya ini juga didukung oleh adanya pembangunan dan pengembangan objek wisata baru yaitu Puncak Gotting Tipang, yaitu sebuah lokasi yang berada diketinggian yang dapat menatap Danau Toba, sekaligus dapat dijadikan sebagai prasarana pendukung dalam menarik minat wisatawan untuk datang berwisata ke objek-objek wisata budaya di sekitar Kecamatan Baktiraja.

Saat ini, bantuan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatir RI terkait usaha pariwisata yang dapat dikelola menjadi tambahan ekonomi bagi masyarakat

sekitar adalah pembangunan 12 unit *homestay* di Desa Tipang Kecamatan Baktiraja. Pembangunan ini dilakukan saat kondisi Pandemi Covid 19, sehingga sampai saat ini belum pernah dimanfaatkan untuk disewakan bagi wisatawan

Ketika tim peneliti berkunjung ke objek wisata Aek Sitio-Tio, beberapa wisatawan lokal, yaitu sejumlah pelajar dan masyarakat umum datang hanya sekedar berkunjung dan/atau mandi dan beberapa diantara mereka melakukan transaksi jual beli makanan ringan, rokok dan hal lainnya dengan masyarakat setempat, sehingga aktivitas ini tentunya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Ketika pengunjung/wisatawan datang, maka banyak aktivitas ekonomi yang tumbuh bahkan berkembang. Beberapa wisatawan menginap di *homestay*, tentunya butuh sarapan pagi, hiburan, seni pertunjukan, dan lain lain.

Pengelola objek wisata, pemilik *homestay* dan hotel, pelaku usaha seni pertunjukan serta masyarakat yang terlibat dalam semua usaha dan aktivitas yang disebutkan di atas mendapat sejumlah uang dari para wisatawan sebagai konsekuensi timbal balik dari pekerjaan yang dilakukan, baik berupa jasa ataupun produk/barang yang ditawarkan kepada wisatawan. Sejumlah uang yang diperoleh dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup atau setidaknya masyarakat mendapat tambahan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya belum tumbuh dan/atau bahkan berkembang secara optimal. Terdapat beberapa permasalahan dalam pengelolaan kepariwisataan, baik permasalahan SDM pengelola objek wisata, kebijakan Pemerintah Daerah, sarana prasarana kepariwisataan, serta permasalahan-permasalahan lainnya, yaitu:

1. Permasalahan tentang Kebudayaan, yaitu:

- belum cukup tersedianya gedung pertunjukan seni dan budaya;
- belum seluruhnya lingkungan seni dan komunitas budaya yang memenuhi syarat terlegalisasi;
- belum adanya pemberian penghargaan kepada pelaku seni, lingkungan seni, komunitas seni dan insan seni budaya yang telah memberikan kontribusi bagi kemajuan kebudayaan dan kesenian serta pembangunan Kabupaten Humbang Hasundutan;

- belum optimalnya pembinaan terhadap lingkungan seni, pelaku seni dan komunitas seni budaya;
- belum optimalnya perhatian pemerintah pada pembangunan budaya;
- belum adanya perencanaan yang sistemik mengenai penentuan lokasi kawasan seni budaya di Kabupaten Humbang Hasundutan;
- tingkat kesadaran pelaku seni, lingkungan seni dan komunitas budaya terhadap legalisasinya masih kurang;
- belum adanya kriteria seniman dan budayawan yang disepakati para pemangku kepentingan;
- kurangnya perhatian generasi muda terhadap seni budaya;
- penyelenggaraan kegiatan pelestarian seni budaya yang diprakarsai masyarakat masih terbatas; dan
- pengaruh budaya luar terhadap keberadaan seni budaya tradisi relatif sangat tinggi (Hasil Wawancara & Data Dokumen Ranwal Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan 2021-2026).

2. Permasalahan tentang Pariwisata

- belum optimalnya pengembangan potensi pariwisata;
- belum terintegrasinya secara optimal komponen penunjang infrastruktur pariwisata dalam hal keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahtamahan dan kenangan untuk mewujudkan Kabupaten Humbang Hasundutan sebagai daerah tujuan wisata;
- belum optimalnya kegiatan atraksi;
- belum optimalnya fasilitasi bagi para pelaku ekonomi kreatif di wilayah dalam rangka penguatan pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan;
- belum optimalnya relasi/kerjasama antar pelaku ekonomi kreatif (komunitas/ masyarakat) di wilayah dengan para pelaku jasa usaha pariwisata (hotel, restoran, dsb.) yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan, sehingga peningkatan perekonomian sektor pariwisata belum dirasakan sepenuhnya oleh warga Kabupaten Humbang Hasundutan; dan
- belum baiknya aksesibilitas (Hasil Wawancara & Data Dokumen Ranwal Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan 2021-2026).

Permasalahan-permasalahan di atas merupakan permasalahan input dan proses pelaksanaan kepariwisataan, yaitu tentang SDM, sarana prasarana, kebijakan pemerintah daerah serta proses pelaksanaan kepariwisataan itu sendiri, yang tentunya berdampak pada aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya sebagai salah satu output dan outcome kepariwisataan itu sendiri. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya hanya merupakan dampak yang diakibatkan oleh input dan proses pelaksanaan kepariwisataan. Bila input dan proses pelaksanaan kepariwisataan ini bermasalah, maka secara otomatis aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya tidak dapat tumbuh dan berkembang secara optimal, sebaliknya bila input dan proses pelaksanaan kepariwisataan ini dapat berjalan dengan baik, maka aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya dapat tumbuh dan berkembang secara optimal bahkan bisa dimaksimalkan.

Permasalahan-permasalahan di atas tentunya berdampak secara tidak langsung terhadap pertumbuhan dan pergerakan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya. Ketika objek wisata budaya kurang penataan dan pemeliharaan, minimnya sarana prasarana kepariwisataan di lokasi objek wisata budaya, tidak terpenuhinya kuantitas dan kualitas akan kebutuhan jasa wisatawan di lokasi objek wisata, maka hal ini akan berdampak pada minat wisatawan untuk tidak datang kembali ke lokasi objek wisata budaya dimaksud, sehingga konsep pariwisata, yaitu perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang tidak dapat diterapkan di lokasi objek wisata dimaksud.

Ketika jumlah wisatawan berkurang atau tidak ada, maka aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya tidak dapat berjalan atau tidak dapat tumbuh dan/atau berkembang. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya hanya dapat tumbuh dan berkembang ketika ada pengunjung/wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata dengan harapan bahwa para wisatawan melakukan transaksi jual beli baik barang/produk maupun jasa kepada masyarakat sehingga ada sesuatu yang bernilai ekonomis yang ditinggalkan oleh wisatawan di lokasi objek wisata bagi masyarakat setempat, yang dapat memenuhi/menambah kebutuhan hidup masyarakat setempat, khususnya masyarakat pelaku usaha pariwisata.

Untuk menumbuhkan dan/atau mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya, maka permasalahan-permasalahan di atas harus diminimalisir dengan berbagai kebijakan Pemerintah Daerah. Adapun beberapa kebijakan Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan disajikan berikut ini.

A. Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata meliputi:

1. pembangunan perwilayahan pariwisata Daerah yang diarahkan untuk memadukan keunggulan sejarah, budaya, keanekaragaman hayati, dan keunggulan geologi, serta menjawab isu strategis pembangunan kepariwisataan Daerah;
2. pengembangan pusat pelayanan primer dan pusat pelayanan sekunder pariwisata Daerah;
3. pembangunan jalur wisata tematik lokal, regional, dan nasional yang memadukan keunggulan sejarah, budaya, keanekaragaman hayati, dan keunggulan geologi serta daya tarik wisata lain di sekitarnya, didukung fasilitas pariwisata dan fasilitas umum sesuai dengan tema jalur wisata;
4. pengembangan desa-desa wisata tematik sesuai potensi desanya, didukung fasilitas pariwisata dan fasilitas umum sesuai dengan tema produk yang dikembangkan;
5. pengembangan pariwisata pendidikan dan kreatif pada daya tarik sejarah, budaya, keanekaragaman hayati, termasuk agrowisata, serta pariwisata pendidikan dan petualangan pada daya tarik wisata berbasis keragaman geologi Daerah;
6. penguatan koordinasi lintas sektor di lingkungan Pemerintah, Provinsi dan Daerah dalam upaya konservasi sumber daya alam dan budaya untuk mendukung pembangunan destinasi pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing;
7. mengembangkan masyarakat sadar wisata yang menjunjung norma agama dan nilai-nilai budaya lokal dan wisatawan sebagai pelaku utama dalam pembangunan kepariwisataan;

8. pembangunan aksesibilitas darat dan danau yang menghubungkan Daerah dengan destinasi pariwisata di Kawasan Danau Toba, Kota Medan, dan Provinsi Aceh;
 9. pembangunan aksesibilitas darat terpadu dari berbagai bandara yang ada di sekitar Daerah;
 10. pembangunan aksesibilitas darat yang menghubungkan Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten (KSPK) dan Kawasan Pengembangan Pariwisata Kabupaten (KPPK), serta daya tarik wisata yang ada di dalamnya;
 11. pembangunan prasarana umum berstandar nasional dan internasional, berwawasan lingkungan, dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan wisatawan, khususnya di pusat pelayanan primer, pusat pelayanan sekunder, serta KSPK dan KPPK Humbang Hasundutan;
 12. pembangunan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata berstandar nasional dan internasional, berwawasan lingkungan, bercirikan budaya lokal berbasis masyarakat, serta mendukung tema pariwisata yang dikembangkan;
 13. pengembangan regulasi investasi terpadu antara pariwisata, perdagangan, dan industri, serta regulasi yang mendorong percepatan pertumbuhan fasilitas dan usaha pariwisata berstandar nasional dan internasional;
 14. mendorong pengembangan investasi pariwisata berstandar nasional dan internasional dan ramah lingkungan yang menerapkan norma agama dan nilai-nilai budaya yang berlaku di Daerah; dan
 15. pengembangan promosi investasi terpadu dengan sektor lain untuk mendorong percepatan pertumbuhan fasilitas pariwisata, fasilitas umum, dan prasarana umum yang menunjang pembangunan kepariwisataan beridentitas lokal serta berstandar nasional dan internasional.
- B. Kebijakan pembangunan industri pariwisata meliputi:
1. pengembangan usaha pariwisata dalam mendukung terwujudnya struktur industri pariwisata yang kuat dan berkelanjutan di Daerah;
 2. pengembangan industri mikro, kecil, dan menengah yang dapat mendukung pembangunan industri pariwisata di Daerah;

3. pengembangan kemitraan antara usaha pariwisata dengan industri mikro, kecil, dan menengah dalam penyediaan bahan mentah, produksi, dan distribusi produk dan pelayanan usaha;
 4. pengembangan jejaring dengan industri pariwisata nasional dan internasional dalam penerapan standar nasional dan internasional dan perluasan pasar wisatawan;
 5. pengembangan produk dan pelayanan industri pariwisata berstandar nasional dan internasional yang menerapkan prinsip-prinsip ramah lingkungan, menjunjung tinggi nilai-nilai budaya, serta mampu memenuhi kebutuhan wisatawan, termasuk kebutuhan terhadap produk dan pelayanan halal; dan
 6. pembangunan sistem pengelolaan industri pariwisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial, dan budaya.
- C. Kebijakan pembangunan pemasaran pariwisata, meliputi:
2. pengembangan komunikasi pemasaran yang efektif untuk membangun destinasi pariwisata dengan identitas sejarah, budaya, keanekaragaman hayati, dan keunggulan geologi bertaraf nasional maupun internasional;
 3. pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata antar usaha pariwisata, antara Daerah dengan kabupaten lain di Kawasan Danau Toba, antar usaha pariwisata, dan dengan pemasaran pariwisata regional dan nasional;
 4. pengembangan pasar wisatawan nusantara keluarga dan pelajar/mahasiswa, serta segmen lain yang berkualitas dan mudah dijangkau sebagai target pasar utama wisatawan melalui pengembangan promosi yang kreatif;
 5. pengembangan pasar wisatawan mancanegara segmen keluarga dan minat khusus sejarah, budaya, keanekaragaman hayati, dan geowisata sebagai target pasar utama wisatawan;
 6. pengembangan sistem pemasaran yang memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada wisatawan tentang budaya masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan; dan
 7. pengembangan sistem evaluasi pemasaran pariwisata yang efektif dalam mengukur kinerja pemasaran pariwisata Daerah.

D. Kebijakan pembangunan kelembagaan pariwisata, meliputi:

1. pengembangan organisasi pariwisata berbasis usaha dan profesi pariwisata sebagai mitra utama Pemerintah Daerah dalam membangun pembangunan kepariwisataan yang berbudaya, berdaya saing, dan berkelanjutan;
2. pengembangan organisasi Pemerintah Daerah yang mampu mempercepat pembangunan kepariwisataan;
3. pengembangan lembaga pengelolaan pariwisata di desa- desa yang mampu menggerakkan potensi masyarakat dan sumber daya alam dan budaya di desanya dalam mendukung pembangunan kepariwisataan yang berbudaya, berdaya saing, dan berkelanjutan;
4. pengembangan tata kelola pariwisata yang mampu memadukan langkah berbagai organisasi kepariwisataan, mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat, memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan lingkungannya, serta mengendalikan dampak pariwisata;
5. pengembangan kerangka regulasi yang berkekuatan hukum bagi program pengembangan SDM yang berkesinambungan, dalam rangka perwujudan kepariwisataan Daerah yang berbudaya, berdaya saing, dan berkelanjutan; dan
6. pengembangan sistem pendidikan kepariwisataan yang mampu menjawab kebutuhan industri pariwisata di Daerah.

4.1.3. Kabupaten Karo

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait usaha-usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya di Kabupaten Karo, disajikan pada Tabel. 4.7.

Tabel 4.7. Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Karo

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Pengelolaan museum	4
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala	-
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami	15

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
4.	Pengelolaan goa	-
5.	Wisata agro	2
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat	3
7.	Pengelolaan objek ziarah	-

Sumber: Data Penelitian (2021)

Tabel 4.7 menggambarkan usaha pariwisata di Kabupaten Karo yang memanfaatkan objek wisata budaya untuk menumbuhkan dan/atau mengembangkan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar objek wisata. Selain usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata seperti pada Tabel 4.7, Kabupaten Karo memiliki usaha pariwisata lainnya seperti disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Karo

No.	Jenis Usaha Pariwisata	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Usaha Jasa Homestay	-
2.	Usaha Jasa Hotel	42
3.	Usaha Jasa Penginapan lain	1
4.	Usaha Makanan dan Minuman (Kuliner)	70
5.	Agen Perjalanan	8
6.	Sanggar Seni	22

Sumber: Data Penelitian (2021)

Usaha pariwisata lain pada Tabel 4.8 merupakan usaha pendukung pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata budaya untuk mengakomodir kebutuhan wisatawan di lokasi objek wisata di Kabupaten Karo. Beberapa objek wisata budaya di Kabupaten Karo dikelola oleh pelaku usaha pariwisata yang dapat menumbuhkan/mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, seperti disajikan pada Tabel 4.9. Berdasarkan hasil wawancara pada beberapa lokasi objek wisata budaya, seperti di desa adat Lingga, diketahui bahwa objek wisata berupa rumah adat di Desa Lingga masih minim dampaknya terhadap pertumbuhan aktivitas ekonomi masyarakat. Hasil wawancara dengan pedagang grosir yaitu bapak Birma

Barus, diketahui bahwa pendapatannya relatif stabil dan tidak terpengaruh dengan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata rumah adat Desa Lingga. Sebelum pandemic, penghasilannya mencapai 2 juta rupiah perbulan, begitu juga pada saat pandemi jumlah pendapatannya tidak mengalami penurunan.

Tabel 4.9. Beberapa Objek Wisata Budaya/Sejarah di Kabupaten Karo

No.	Desa	Kecamatan	Objek Wisata Budaya/Sejarah
1.	Peceren	Berastagi	Rumah Adat Desa Peceren
2.	Labung	Barusjahe	Rumah Adat Desa Labung
3.	Gundaling	Berastagi	Museum Pusaka Karo
4.	Lingga	Simpang Empat	Rumah Adat Desa Lingga
5.	Dokan	Merek	Rumah Adat Desa Dokan
6.	Pengambatan	Merek	Rumah Adat Desa Pengambatan
7.	Seberaya	Tiga Panah	Makamm Putri Hijau
8.	Suka Nalu	Barus Jahe	Meriam Punting

Sumber: Data Penelitian (2021)

Aktivitas ekonomi masyarakat yang terdampak dengan jumlah kunjungan wisatawan adalah sanggar seni Nggara Simbelin di Desa Adat Lingga yang dikelola Bapak Simpei Sinulingga, dimana pendapatan pengelola sanggar seni akan berbanding lurus dengan banyaknya permintaan wisatawan akan pertunjukan seni. Sebelum pandemi, sanggar seni berpenghasilan 6-10 juta perbulan, sedangkan pada saat pandemi pendapatan yang diperoleh nihil. Aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya di Kabupaten Karo adalah:

1. Membuka usaha warung makan;
2. Sanggar seni dan pertunjukan;
3. Membuka warung kopi;
4. Membuat dan menjual souvenir;
5. Fasilitasi jasa pramuwisata;
6. Menjual buah-buahan dan produk hortikultura lainnya (jeruk, markisa, mangga, kopi, cabai, bawang, wortel, kol, kentang, dll);
7. Pembuatan konten sejarah dan Budaya Karo;
8. Melakukan penelitian dan pendidikan.

Informasi tambahan terkait aktivitas ekonomi masyarakat di Kabupaten Karo adalah bahwa ketika wisatawan mengunjungi objek wisata budaya, maka usaha pariwisata pendukung lainnya bisa tumbuh dan berkembang, sehingga potensi

peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar objek wisata budaya akan semakin bervariasi dan bertambah jumlahnya. Pelaku aktivitas ekonomi juga beragam seperti di sanggar Nggara Simbelin, anak usia sekolah mulai SD-SMA/SMK turut menyajikan pertunjukan seni, menjajakan souvenir, makanan dan minuman, serta menjadi pramuwisata.

Kesiapan objek wisata budaya untuk menerima wisatawan menjadi faktor penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Tersedianya kebutuhan jasa wisatawan di suatu objek wisata akan menarik wisatawan untuk datang dan menambah lama waktu tinggalnya. Maka, pengelola objek wisata budaya diharapkan tidak hanya fokus pada pengembangan objek wisata budaya, tetapi harus memperhatikan kebutuhan jasa wisatawan selama berkunjung. Objek wisata budaya mengekspos nilai-nilai lokal yang telah ada sejak lama, penting bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi pada objek wisata budaya tetap memegang kearifan lokal tersebut, misalnya dengan menampilkan seni pertunjukan daerah setempat, menyediakan penginapan dengan bentuk rumah adat, serta menyediakan makanan yang merupakan makanan khas daerah. Nuansa wisata budaya dapat dirasakan wisatawan sejak datang, saat berkunjung, serta memperoleh pengalaman berkesan setelah meninggalkan objek wisata budaya.

Permasalahan yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karo dalam menjalankan tugas dan fungsinya adalah:

1. Sumber Daya Manusia (SDM) bidang pariwisata masih terbatas dari segi kuantitas dan kualitas, sehingga sulit bersaing dengan daerah lain yang semakin gencar dalam pengembangan pariwisata.
2. Daya saing unit bisnis kepariwisataan secara umum masih kurang dari aspek: manajemen produk, atraksi pariwisata dan budaya, SDM, dan pemasaran, sehingga lama tinggal dan pengeluaran wisatawan relatif rendah.
3. Aksesibilitas ke objek wisata masih rendah, secara umum kondisi jalan sudah baik namun kualitas dan kuantitasnya masih rendah. Jalan menuju objek wisata hanya 1 jalur serta median jalan relatif kecil. Kondisi ini rentan menyebabkan kemacetan pada jalur pariwisata sehingga wisatawan mendapatkan kesan negatif terhadap daerah tujuan wisata.

4. Kesiapan objek wisata dalam menyambut wisatawan masih rendah, banyak objek wisata yang belum tertata serta minim dalam penyajian pertunjukan seni budaya.
5. Koordinasi dan persepsi antar OPD masih rendah untuk menyelesaikan permasalahan kepariwisataan.

Permasalahan kepariwisataan tidak bisa diselesaikan secara mutlak oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo. Beragam permasalahan memerlukan kontribusi dari OPD teknis untuk menyelesaikannya. Penataan terhadap objek wisata misalnya, akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung sehingga memberi kesan positif yang akan berdampak terpromosikannya objek wisata melalui pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) yang terbukti paling efektif di masa kini. Wisatawan yang mendapatkan pengalaman positif akan membagikannya melalui sosial media yang secara tidak langsung menjadi sarana promosi bagi daerah tujuan wisata. Peningkatan kunjungan akan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat serta terciptanya peluang aktivitas ekonomi baru.

Guna mendorong pertumbuhan dan pengembangan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya, harus ditindaklanjuti oleh pemerintah daerah dengan kebijakan yang bersifat operasional sehingga dapat diterapkan langsung ke masyarakat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo telah menyusun kebijakan dan strategi operasional sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia baik di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, masyarakat maupun pelaku usaha pariwisata;
2. Peningkatan penggunaan bahasa asing khususnya bahasa Inggris dalam berbagai media informasi pariwisata sebagai media bentuk pelayanan kepada wisatawan asing;
3. Peningkatkan kualitas seni dan budaya melalui pembinaan terhadap pelaku dan pemenuhan sarana dan prasarannya;
4. Meningkatkan pengetahuan dan apresiasi masyarakat terhadap seni dan budaya tradisional sebagai jati diri daerah;

5. Meningkatkan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait untuk menciptakan lingkungan yang kondusif, iklim usaha yang baik dan terwujudnya Sapta Pesona;
6. Mendorong pemenuhan dan peningkatan sarana dan prasarana yang memadai serta dapat mendukung kelancaran kegiatan pariwisata;
7. Meningkatkan daya tarik melalui penataan sumber daya pariwisata dan pengembangan daya tarik wisata yang sudah ada;
8. Penguatan data dan informasi pariwisata;
9. Meningkatkan penyebaran informasi pariwisata seluasluasnya melalui media, pameran dan sarana lainnya; serta,
10. Meningkatkan penyelenggaraan peristiwa/event pariwisata yang berkualitas.

4.1.4. Kabupaten Langkat

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait usaha-usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya di Kabupaten Langkat, disajikan pada Tabel. 4.10.

Tabel 4.10. Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Sejarah/Budaya di Kabupaten Langkat

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Pengelolaan museum	1
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala	3
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami	1
4.	Pengelolaan goa	2
5.	Wisata agro	4
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat	4
7.	Pengelolaan objek ziarah	3
8.	Pengelolaan objek wisata religi	3

Sumber: Data penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Langkat memiliki banyak usaha pariwisata yang memanfaatkan objek wisata sejarah, religi, ziarah, dan budaya, yang dapat menumbuhkan dan/atau mengembangkan ekonomi

masyarakat, khususnya masyarakat di sekitar objek wisata. Selain usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata sebagaimana dijelaskan pada Tabel 4.10, Kabupaten Langkat juga memiliki banyak usaha pariwisata lain, disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11. Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Langkat

No.	Jenis Usaha Pariwisata	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Usaha Jasa Homestay	1
2.	Usaha Jasa Hotel	4 (Bintang 1 & 2)
3.	Usaha Jasa Pengeinapan Wisma	6
4.	Usaha Jasa Penginapan Melati	3
5.	Usaha Jasa Guest House	51
6.	Usaha Jasa Penginapan Camping Ground	2
7.	Usaha Jasa Cottage	9
8.	Usaha Jasa Bungalow	2
9.	Usaha Makanan dan Minuman (Kuliner)	52
10.	Agen Perjalanan	5

Sumber: Data Penelitian (2021)

Usaha pariwisata lain sebagaimana pada Tabel 4.11 di atas dapat mendukung usaha pariwisata di sektor daya tarik dan objek wisata budaya untuk mengakomodir kebutuhan wisatawan di lokasi objek wisata di Kabupaten Langkat. Kabupaten Langkat memiliki banyak objek wisata budaya yang dikelola oleh pelaku usaha pariwisata yang dapat menumbuhkan/mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, beberapa diantaranya disajikan pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12. Beberapa Objek Wisata Sejarah/Budaya di Kabupaten Langkat

No	Lokasi/Kecamatan	Objek Wisata Sejarah/Budaya
1.	Pangkalan Susu	1. Makam Keramat Panjang Pulau Kampai 2. Makam Mas Merah Pulau Kampai
2.	Padang Tualang	3. Wisata Religi Besilam
3.	Tanjung Pura	4. Mesjid Azizi 5. Museum Daerah
4.	Hinai	6. Makam Paya Rengas 7. Batu Malenggang

No	Lokasi/Kecamatan	Objek Wisata Sejarah/Budaya
5.	Wampu	8. Kampung Bali 9. Ampera
6.	Stabat	10. Mesjid Raya Stabat 11. Pantai Gemi
7.	Kuala	12. Sumur Keramat Garunggang
8.	Binjai	13. Wisata Sejarah Rumah Peninggalan Belanda

Sumber: Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa semua objek wisata pada Tabel 4.12 telah dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat meskipun belum optimal. Masyarakat Langkat melakukan aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan objek wisata budaya pada semua destinasi wisata. Aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan objek wisata budaya adalah:

1. Fasilitasi aktivitas dakwah agama Islam;
2. Fasilitasi aktivitas pendidikan agama Islam (TPA & MDA);
3. Fasilitasi aktivitas program suluk, tahlil, dzikir di pemakaman Tuan Guru Besilam;
4. Usaha sarana transportasi lokal ke lokasi objek wisata;
5. Pembimbing spiritual agama untuk suluk, ziarah, dan/atau dzikir;
6. Usaha warung nasi;
7. Pembuatan kue, makanan dan minuman bagi anggota pengajian;
8. Usaha souvenir;
9. Usaha jasa pramuwisata religi;
10. Fasilitasi penelitian dan pengabdian masyarakat;
11. Usaha kios makanan ringan, rokok, dan sejenisnya;
12. Usaha jasa penginapan;
13. Fasilitasi pelaksanaan peringatan hari-hari besar keagamaan;
14. Fasilitasi kunjungan pejabat;
15. Pengelolaan panti jompo;
16. Fasilitasi kebutuhan dalam rangka pelaksanaan Haul, yaitu memperingati hari kematian Tuan Guru Besilam setiap tahun;
17. Jualan perlengkapan keagamaan (peci, Al Qur'an kecil, mukena, kerudung, tasbih, dll);

18. Penyewaan petak tanah untuk tempat berjualan bagi pedagang luar saat perayaan Haul Tuan Guru Besilam;
19. Jualan jamu, obat-obatan dan perlengkapan medis lainnya saat perayaan Haul Tuan Guru Besilam;
20. Jualan makanan dan minuman;
21. Fasilitasi peziarah ke makan Tuan Guru Besilam;
22. Fasilitasi masyarakat umum yang berkonsultasi ke Tuan Guru Besilam.

Hal-hal penting yang dapat dijelaskan adalah bahwa selain untuk tempat beribadah (sholat), Mesjid Azizi sebagai tempat bersejarah peninggalan Kesultanan Langkat di Kelurahan Tanjung Pura juga sering digunakan sebagai tempat pengajian oleh kaum bapak-bapak atau ibu-ibu kelompok pengajian, yang anggota kelompok pengajiannya tidak hanya berasal dari daerah setempat akan tetapi juga berasal dari daerah lain, dengan nuansa menimba ilmu agama sekaligus merasakan peninggalan bersejarah Tengku Amir Hamzah sebagai pahlawan nasional. Ketika ada kegiatan ceramah agama atau pengajian, maka panitia pengajian di lokasi objek wisata harus mempersiapkan segala kebutuhan anggota pengajian, mulai dari kebutuhan makan minum, penyediaan Ustadz/Ustadzah atau Da'i, kebutuhan cinderamata khususnya bagi anggota pengajian yang berasal dari daerah lain, kebutuhan pramuwisata religi yang memahami seluk beluk sejarah Mesjid Azizi untuk diceritakan kepada para anggota kelompok pengajian sebagai wisatawan religi, dan kebutuhan sekunder lainnya. Panitia pengajian berkerjasama dengan panitia masjid untuk mempersiapkan kebutuhan makan minum dengan memberdayakan masyarakat pelaku usaha makan minum yang ada di sekitar lokasi objek wisata. Para Ustadz/Ustadzah atau Da'i yang diundang untuk memberikan ceramah agama tentunya menerima sejumlah imbalan uang sebagai konsekuensi timbal balik atas kegiatan ceramah yang dilakukan, sehingga dapat menambah nilai ekonomi bagi keluarga penceramah dimaksud.

Para masyarakat setempat juga membuka usaha cinderamata sebagai oleh-oleh dan buah tangan bagi para anggota kelompok pengajian atau bagi para wisatawan lainnya yang hanya datang untuk berkunjung untuk melihat Mesjid Azizi. Beberapa masyarakat sekitar lainnya juga membuka usaha kios-kios kecil untuk menjual makanan-makanan ringan, rokok, atau membukan kedai kopi di sepanjang jalan

besar sekitar Masjid Azizi. Masjid Azizi juga dimanfaatkan sebagai tempat pendidikan anak-anak untuk menimba ilmu agama. Para guru dan pengelola pendidikan yang bertugas untuk mengajar memperoleh sejumlah honor mengajar dari uang SPP anak-anak sehingga dapat menambah keuangan perekonomian keluarga si guru dimaksud.

Aktivitas dakwah dan pendidikan dengan memanfaatkan Masjid Azizi sebagai objek wisata religi sebagaimana dijelaskan di atas dapat menggerakkan banyak aktivitas ekonomi masyarakat sekitar untuk tumbuh dan/atau bahkan berkembang. Panitia masjid, para guru dan pengelola pendidikan agama, Ustadz/Ustadzah serta Da'i, dan masyarakat sekitar memanfaatkan Masjid Azizi sebagai objek wisata religi untuk menambah dan meningkatkan ekonomi keluarga dengan membuka usaha-usaha pariwisata yang dibutuhkan oleh para wisatawan yang berkunjung ke lokasi objek wisata.

Beberapa wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata religi Masjid Azizi bertujuan untuk melakukan riset, misalnya: tim peneliti penelitian ini dan peneliti-peneliti lainnya. Bagi peneliti yang berasal dari luar Sumatera Utara atau dari luar Kota Medan biasanya harus menginap di tempat lokasi objek wisata selama beberapa hari/minggu. Kebutuhan hidup para peneliti khususnya peneliti yang dari luar Sumatera Utara selama tinggal di lokasi objek wisata, mulai dari kebutuhan makan dan minum; penginapan; dan kebutuhan sekunder lainnya, diakomodir oleh pengelola masjid serta masyarakat setempat, sehingga dapat menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat itu sendiri.

Tim Peneliti dan beberapa rombongan wisatawan lain juga membutuhkan jasa pengelola sebagai pramuwisata religi (*storyteller* sejarah dan budaya daerah) untuk menjelaskan nilai sejarah dan budaya yang ada pada objek wisata religi dimaksud. Tim peneliti dan rombongan wisatawan lain tersebut memberikan sejumlah uang suka rela kepada pengelola masjid sebagai konsekuensi timbal balik dari pekerjaan yang telah dilakukan. Para pengelola masjid tidak mematok harga dan wisatawan tidak mengeluarkan biaya uang untuk dapat memasuki Masjid Azizi akan tetapi para wisatawan dapat memberikan sejumlah uang seiklasnya kepada pengelolanya.

Ketika Gubernur Sumatera Utara, Edy Rahmayadi bersama Organisasi Perangkat Daerah Provinsi Sumatera Utara dan jajarannya menghadiri acara Maulid Nabi Muhammad SAW di Masjid Azizi, Tanjung Pura-Langkat, Pimpinan Daerah setempat tentunya mempersiapkan segala kebutuhan acara, baik kue kotak, makanan dan minuman lainnya dengan melibatkan dan memberdayakan masyarakat setempat untuk persiapan dimaksud. Tentunya, kegiatan kunjungan Kepala Daerah dan sejenisnya serta kegiatan Maulid Nabi Muhammad SAW dan kegiatan keagamaan yang sejenisnya juga dapat menggerakkan pertumbuhan aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Keterlibatan masyarakat akan kegiatan tersebut merupakan upaya pemanfaatan Masjid Azizi sebagai objek wisata religi untuk bernilai ekonomis.

Pengelolaan dakwah wisata religi di makam Tuan Guru Besilam juga berjalan sebagaimana mestinya. Para wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata religi ini umumnya untuk suluk, tahlil, dzikir, ziarah, dan/atau rutinitas religi lainnya. Para wisatawan atau pemuka agama atau pendakwah agama membutuhkan sejumlah makanan dan minuman selama berada di lokasi objek wisata, yang tentunya dapat menggerakkan dan menumbuhkan usaha masyarakat di sekitar lokasi objek wisata. Kebutuhan jasa para wisatawan lainnya selama berada di lokasi objek wisata Makam Tuan Guru Besilam adalah fasilitas sarana transportasi lokal ke lokasi objek wisata; jasa pramuwisata religi yang memahami betul tentang sejarah Makam Tuan Guru Besilam; pembimbing spiritual agama untuk suluk, ziarah, dan/atau dzikir; dan lain-lain.

Haul, yaitu peringatan hari kematian Tuan Guru Besilam yang dilakukan setiap tahunnya, kecuali masa Pandemic Covid 19 karena adanya larangan pemerintah, merupakan kegiatan yang sangat besar dan luar biasa, yang dapat menumbuhkan dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat. Secara etimologi, pengertian Haul adalah batasan waktu 1 tahun hijriyah atau 12 bulan Qomariyah. Haul diadakan untuk para keluarga yang telah meninggal dunia ataupun para tokoh untuk sekadar mengingat serta meneladani jasa-jasa dan amal baik mereka.

Peringatan Haul Tuan Guru Besilam merupakan acara dan kegiatan akbar yang dihadiri oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia, bahkan beberapa negara lain, diantaranya Malaysia, Thailand, dan Brunai Darussalam. Setiap peringatan Haul

Tuan Guru Besilam dihadiri oleh kurang lebih 21 ribu orang jamaah yang datang dari seluruh penjuru dunia. Jumlah ini bukanlah jumlah akumulasi secara keseluruhan, akan tetapi rata-rata jumlah jamaah yang datang setiap harinya secara silih berganti setiap hari, khususnya selama hari puncak kegiatan Haul selama 3 hari. Peringatan Haul Tuan Guru Besilam dilaksanakan selama 40 hari setiap tahunnya.

Dalam rangka peringatan Haul Tuan Guru Besilam, Para masyarakat pelaku usaha mendapat keuntungan ekonomis dari aktivitas ekonomi yang mereka (pelaku usaha) lakukan selama kegiatan Haul berlangsung. Kebutuhan para jamaah yang datang selama berada di lokasi objek wisata religi diakomodir oleh masyarakat setempat, bahkan masyarakat luar di luar dari masyarakat sekitar berdatangan untuk berjualan, misalnya jual: nasi, minuman, perlengkapan keagamaan, madu dan obat-obatan, makanan ringan, mainan anak-anak, dll. Berdasarkan informasi yang diperoleh oleh peneliti bahwa pada saat acara puncak Haul, mereka (pelaku usaha/orang jualan) berjejer sepanjang jalan menuju lokasi objek wisata religi Makam Tuan Guru Besilam untuk menjajahkan berbagai ragam dan jenis dagangan. Berdasarkan hasil wawancara bahwa para masyarakat sekitar yang memiliki petak tanah kosong di sekitar objek wisata religi, yang lokasinya strategis untuk jualan, menyewakan petak tanah tersebut kepada para pedagang dengan harga 2 juta rupiah per ukuran 1x1 meter selama kegiatan berlangsung. Tentunya hal ini dapat menambah peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.

Aktivitas ekonomi lain dalam pemanfaatan objek wisata religi Makam Tuan Guru Besilam adalah fasilitasi peziarah ke makam Tuan Guru Besilam. Salah satu tujuan masyarakat wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata religi Makam Tuan Guru Besilam adalah berziarah ke makam Tuan Guru Besilam. Para penjaga dan pengurus makam (masyarakat setempat dan umum lainnya) memberikan bimbingan dan pendampingan bagi peziarah dalam melakukan ziarah. Ketika seorang/lebih wisatawan ingin berziarah, maka terdapat 2 orang pembimbing dan pendamping yang tugasnya membacakan doa sebagai hajat wisatawan religi dimaksud (hasil wawancara). Selain 2 orang pembimbing dan pendamping tersebut, juga terdapat beberapa orang yang melibatkan diri untuk sekali ritual keagamaan dimaksud, yang juga tugasnya mendoakan dan meng-aamiinkan doa yang

dibacakan oleh pembimbing/pendamping dimaksud. Setelah ritual ziarah selesai, maka wisatawan sebagai peziarah memberikan sejumlah uang seikhlasnya kepada kedua orang pembimbing dan pendamping serta kesepuluh orang yang ikut melibatkan diri pada kegiatan ziarah dimaksud. Pemberian dimaksud tidak dipatok dan tidak ada aturan, akan tetapi dilakukan begitu saja dengan senang hati dan seikhlasnya tanpa paksaan dari pihak manapun. Kegiatan pembimbingan/pendampingan ritual ziarah umumnya dilakukan lebih sekali dalam 1 hari sesuai dengan jumlah wisatawan religi yang mau melakukan ritual ziarah. Artinya bahwa pendapatan ekonomi pembimbing/pendamping atau beberapa orang yang terlibat lainnya tersebut sangat dimungkinkan memenuhi kebutuhan hidup mereka apalagi pada saat kegiatan Haul Tuan Guru Besilam. Dengan demikian, karena penelitian ini fokusnya ke aktivitas ekonomi masyarakat, yaitu tindakan seseorang yang dapat memenuhi hidupnya dengan memanfaatkan objek wisata budaya/sejarah/religi, maka aktivitas fasilitasi peziarah ke Makam Tuan Guru Besilam sangat membantu perekonomian keluarga masyarakat sekitarnya.

Aktivitas ekonomi masyarakat lain dengan pemanfaatan objek wisata religi Makam Tuan Guru Besilam adalah fasilitasi masyarakat umum yang berkonsultasi ke Tuan Guru Besilam. Wisatawan religi yang berkonsultasi ke Tuan Guru Besilam mendapat cinderamata berupa “Air Yasin”, yaitu air putih yang diisi ke jerigen kecil warna putih (ukuran jerigen beragam), yang telah dibacakan doa-doa dan Surat Yasin, yang diyakini dapat membantu permasalahan orang yang berkonsultasi, misalnya dapat membantu penyembuhan penyakit bila orang yang berkonsultasi tersebut sakit, dan lain sebagainya. Setelah kegiatan konsultasi selesai, maka orang yang berkonsultasi tersebut memberikan sejumlah uang dengan seikhlasnya atas rasa syukur dan terima kasih si pasien, dan si pasien mendapat 1 atau lebih jerigen air putih “Air Yasin” dimaksud. Aktivitas fasilitasi masyarakat umum yang berkonsultasi ke Tuan Guru Besilam dapat meningkatkan dan menambah penghasilan pengelola wisata religi Makam Tuan Guru Besilam.

Pengelola objek wisata sejarah/budaya, pengelola kompleks makam Tuan Guru Besilam, pengelola/panitia masjid, pemilik penginapan, pelaku usaha, pendakwah dan guru agama Islam, serta masyarakat yang terlibat dalam semua usaha dan aktivitas yang disebutkan di atas mendapat sejumlah uang dari para

wisatawan/anggota pengajian sebagai konsekuensi timbal balik dari pekerjaan yang dilakukan, baik berupa jasa ataupun produk/barang yang ditawarkan kepada wisatawan sebagai kebutuhan jasa wisatawan di lokasi objek wisata. Sejumlah uang yang diperoleh dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup atau setidaknya masyarakat mendapat tambahan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Berikut hasil kuesioner yang diberikan kepada sejumlah pelaku usaha terkait kondisi eksisting usaha mereka serta pendapatan mereka sebelum dan setelah Pandemi Covid 19, disajikan pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13. Kondisi dan Pendapatan Pelaku Usaha Pariwisata dengan Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Langkat

No.	Jenis Usaha	Item Pernyataan	Deskripsi Jawaban
1.	Jualan Bakso	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Mesjid Azizi Langkat
		Pendapatan per bulan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rp. 2.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 500.000 (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang
2.	Jualan Dodol	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Wisata Religi Makam Tuan Guru Besilam
		Pendapatan per bulan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga serta biaya sekolah anak (perkiraan peneliti > Rp. 7.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ perkiraan peneliti < Rp. 5.000.000; (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini sudah berjualan selama kurang lebih 5 tahun, dan masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang
3.	Pedagang Warung Kopi	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Mesjid Azizi Langkat
		Pendapatan per bulan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rp. 3.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 750.000 (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang
4.	Warung Kopi	Objek Wisata yang dimanfaatkan	Mesjid Azizi Langkat

No.	Jenis Usaha	Item Pernyataan	Deskripsi Jawaban
		Pendapatan per bulan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rp. 7.000.000 s.d 8.000.000 (sebelum Pandemi Covid 19) ➤ Rp. 3.000.000 s.d 4.000.000 (Pandemi Covid 19)
		Kondisi saat ini	Sampai saat ini masih aktif
		Permasalahan	Pengunjung berkurang

Sumber: Data Penelitian (2021)

Aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya belum tumbuh dan/atau bahkan berkembang secara optimal. Terdapat beberapa permasalahan pembangunan sektor pariwisata dan kebudayaan di Kabupaten Langkat meliputi: pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan kebudayaan dan kesenian, pengembangan benda/situs bangunan cagar budaya, serta pengembangan kapasitas.

1. Permasalahan Pengembangan Destinasi Pariwisata

- Belum memadainya sebagian besar daya tarik wisata dan daya dukungnya yang berkualitas/berstandar pelayanan prima;
- Rendahnya kualitas jaringan aksesibilitas dari titik simpul distribusi menuju lokasi daya tarik wisata;
- Rendahnya kualitas, kuantitas sebaran fasilitas sarana prasarana dan penunjang pariwisata (fasilitas akomodasi, restoran/rumah makan, layanan informasi dsb);
- Minimnya sarana dan prasarana yang disediakan oleh Pemerintah Kabupaten di objek-objek wisata di Kabupaten Langkat;
- Rendahnya kualitas dan kuantitas fasilitas umum pendukung pariwisata (parkir, toilet, pedestrian, jalan setapak, dll);
- Rendahnya partisipasi stakeholders swasta terhadap pembangunan dan pengembangan daya tarik wisata pada destinasi wisata di Kabupaten Langkat;
- Keinginan untuk membangun sarana/prasarana di destinasi wisata, terhambat oleh ketiadaan lahan Pemda di objek wisata, sebab pemilik lahan merupakan milik pribadi, perkebunan ataupun Swasta.

2. Permasalahan Pengembangan Pemasaran Pariwisata

- Rendahnya akses pasar dan jaringan pemasaran dalam negeri maupun ke luar negeri (masih banyak tergantung Jakarta dan Bali);
 - Rendahnya kuantitas dan kualitas sistem pelayanan transportasi publik
 - Rendahnya kuantitas dan kualitas produk promosi pemasaran pariwisata ke luar daerah/luar negeri;
 - Belum optimalnya promosi/pemasaran bersama yang terpadu bagi seluruh stakeholder pariwisata Kabupaten Langkat;
 - Kurangnya kuantitas dan kualitas SDM pemasaran pariwisata yang kapabel/mumpuni baik pengetahuan, keterampilan dan bahasa asing;
 - Belum maksimalnya pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dan informasi dalam salah satu strategi dalam pemasaran pariwisata Kabupaten Langkat;
 - Belum adanya pencitraan yang kuat dan mampu membuat Destinasi Pariwisata Kabupaten Langkat lebih kompetitif di lingkungan regional maupun internasional;
 - Belum adanya *brand*/slogan pariwisata Kabupaten Langkat yang mampu mengangkat citra pariwisata Kabupaten Langkat baik dalam negeri maupun luar negeri.
3. Permasalahan Pengembangan Kemitraan
- Belum memadainya profesionalitas/kualitas dan kuantitas SDM pengelola daya tarik wisata, pendukung dan penunjang kepariwisataan lainnya;
 - Terbatasnya kelembagaan kepariwisataan yang terkelola dengan baik dan berkelanjutan terutama yang berbasis komunitas/kemasyarakatan;
 - Kurang intensifnya sinergitas/keterpaduan (kerjasama dan kemitraan) antar stakeholder pariwisata di Kabupaten Langkat;
 - Masih rendahnya kesadaran wisata dan penerapan sapta pesona oleh stakeholder kepariwisataan, pihak terkait maupun masyarakat;
 - Belum optimalnya kemitraan dunia pendidikan di Kabupaten Langkat dengan stakeholder pariwisata Kabupaten Langkat;
 - Belum adanya pelaksanaan/penerapan sertifikasi standarisasi kualitas SDM maupun kelembagaan kepariwisataan di Kabupaten Langkat;
- d. Permasalahan Pengembangan Sejarah dan Kepurbakalaan

- Belum adanya kerjasama masyarakat dan instansi terkait terhadap pelestarian peninggalan sejarah dan kebudayaan;
- Belum adanya SDM dalam pengelolaan museum daerah;
- Belum adanya penambahan koleksi di museum daerah;
- Belum adanya pengembangan nilai dan geografi sejarah di Kabupaten Langkat;
- Belum adanya tim ahli dalam bidang penilaian cagar budaya di Kabupaten langkat;
- Belum adanya pemetaan pelestarian sejarah dan kepurbakalaan di Kabupaten Langkat;
- Belum adanya pelestarian situs-situs bangunan budaya sejarah di Kabupaten Langkat;
- Belum adanya pendataan situs/bangunan cagar budaya di Kabupaten Langkat;
- Belum adanya sarana dan prasarana untuk mendukung penelitian situs-situs, benda dan bangunan cagar budaya di Kabupaten Langkat;
- Belum ditingkatkan pengetahuan masyarakat tentang adat budaya daerah seperti: pakaian daerah (Melayu, Karo, Jawa) dan dan bahasa daerah di Kabupaten Langkat;
- Belum dilestarikan adat istiadat budaya daerah Kabupaten Langkat (Hasil Wawancara & Data Dokumen Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Langkat Tahun 2019-2024).

Permasalahan-permasalahan di atas secara tidak langsung berakibat negatif terhadap pertumbuhan dan perkembangan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya. Bila objek wisata budaya kurang pengelolaan, maka sangat dimungkinkan para wisatawan tidak akan menjadikannya sebagai destinasi wisata, sehingga usaha pariwisata tidak berjalan dengan baik.

Ketika jumlah wisatawan berkurang atau tidak ada, maka aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya tidak dapat berjalan atau tidak dapat tumbuh dan/atau berkembang. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan objek wisata budaya hanya dapat tumbuh dan berkembang ketika ada pengunjung/wisatawan yang datang ke lokasi objek wisata dengan harapan bahwa

para wisatawan melakukan transaksi jual beli baik barang/produk maupun jasa kepada masyarakat sehingga ada sesuatu yang bernilai ekonomis yang ditinggalkan oleh wisatawan di lokasi objek wisata bagi masyarakat setempat, yang dapat memenuhi/menambah kebutuhan hidup masyarakat setempat, khususnya masyarakat pelaku usaha pariwisata.

Untuk menumbuhkan dan/atau mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan objek wisata budaya, maka permasalahan-permasalahan di atas harus diminimalisir dengan berbagai kebijakan Pemerintah Daerah. Adapun beberapa kebijakan Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat disajikan berikut ini.

1. Pengembangan budaya lokal melalui pariwisata dengan cara penyediaan sistem informasi dan database budaya lokal, seni, dan cagar budaya berbasis TIK, dan pemberdayaan masyarakat untuk integrasi kebudayaan lokal dalam kepariwisataan;
2. Penyusunan regulasi pelestarian dan pengelolaan seni dan budaya;
3. Peningkatan apresiasi terhadap pelaku seni dan budaya lokal;
4. Pelestarian dan pengelolaan potensi dan cagar budaya;
5. Pengembangan infrastruktur pendukung kepariwisataan;
6. Pengembangan destinasi dan promosi wisata;
7. Peningkatan kapasitas SDM masyarakat dalam kepariwisataan;
8. Peningkatan peran desa dan kelurahan dalam kepariwisataan;
9. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata.

4.1.5. Kabupaten Padang Lawas Utara

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner diperoleh data dan informasi tentang usaha pariwisata dalam pemanfaatan objek wisata budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara seperti disajikan pada Tabel. 4.14.

Tabel 4.14. Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Pengelolaan museum	-

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Jumlah (Unit Usaha)
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala	9
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami	3
4.	Pengelolaan goa	2
5.	Wisata agro	1
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat	-
7.	Pengelolaan objek ziarah	2

Sumber: Data Penelitian (2021)

Tabel 4.14. menjelaskan bahwa Kabupaten Padang Lawas Utara memiliki destinasi wisata yang berpotensi menumbuhkan usaha pariwisata, sehingga dapat meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar objek wisata. Usaha pariwisata pendukung lain yang berada di Kabupaten Padang Lawas Utara disajikan pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15. Usaha Pariwisata Pendukung Dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara

No.	Jenis Usaha Pariwisata	Jumlah (Unit Usaha)
1.	Usaha Jasa Homestay	2
2.	Usaha Jasa Hotel	4
3.	Usaha Jasa Penginapan lain	2
4.	Usaha Makanan dan Minuman (Kuliner)	17
5.	Agen Perjalanan	2
6.	Sanggar Seni	2

Sumber: Data Penelitian (2021)

Dukungan usaha lainnya pada Tabel 4.15 di sektor daya tarik dan objek wisata budaya mutlak diperlukan untuk mengakomodir kebutuhan wisatawan di lokasi objek wisata budaya di Kabupaten Padang Lawas Utara. Beberapa objek wisata budaya yang dikelola oleh pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Padang Lawas Utara yang berpotensi menumbuhkan/mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat disajikan pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16. Beberapa Objek Wisata Budaya/Sejarah di Kabupaten Padang Lawas Utara

No	Desa	Kecamatan	Objek Wisata Budaya/Sejarah
1.	Naga Saribu	Padang Bolak Tenggara	Candi Nagasaribu
2.	Sitopayan	Portibi	Candi Sitopayan
3.	Bahal	Portibi	Candi Pulo
			Candi Portibi I
			Candi Portibi II
			Candi Portibi III

Sumber: Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, objek wisata budaya pada Tabel 4.16. hanya sebagian yang dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat disekitarnya. Meskipun terdapat 6 (enam) candi di Kabupaten Padang Lawas Utara, belum seluruhnya dijadikan tujuan wisata. Usaha masyarakat hanya dijumpai pada objek wisata Candi Portibi I, Candi Portibi II, dan Candi Portibi III yang terletak di Desa Bahal. Aktivitas ekonomi masyarakat berupa berjualan makanan dan minuman ringan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Mata pencarian masyarakat sekitar umumnya bertani dan berladang sehingga hanya ditemui 3 lokasi yang menjual makanan dan minuman di kompleks Candi Portibi.

Lokasi objek wisata budaya Candi Portibi dapat ditempuh selama 30 menit dari pusat kota Gunung Tua. Rata-rata wisatawan menghabiskan waktu 20-30 menit untuk menikmati objek wisata budaya Candi Portibi, lalu melanjutkan perjalanan ke tempat lain. Minimnya aktivitas yang bisa dilakukan di lokasi objek wisata budaya, membuat waktu tinggal wisatawan menjadi rendah sehingga kebutuhan jasa wisatawan menjadi rendah. Maka, aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar objek wisata menjadi minim dan tidak berkembang.

Upaya yang telah dilakukan pengelola untuk menarik wisatawan, selain menyediakan Mushola, toilet, serta bangku-bangku, telah dibangun pula sarana bermain anak di lokasi objek wisata budaya Candi Bahal I. Sedangkan pada Candi Bahal II dan Candi Bahal III tidak ada fasilitas publik yang disediakan. Candi Bahal II dan Candi Bahal III berbatasan dengan lahan pertanian masyarakat dan perkebunan, serta tidak terdapat aktivitas ekonomi masyarakat disekitar objek wisata budaya tersebut.

Kondisi tersebut dapat dipahami karena mayoritas wisatawan mengunjungi Candi Bahal I yang lebih besar serta berada paling depan dibanding 2 candi lainnya. Kunjungan wisatawan mencapai 1.500 kunjungan per minggu pada saat sebelum pandemi, pada saat pandemi kunjungan wisatawan tetap ada yaitu 1.000 kunjungan/minggu. Puncak kunjungan terjadi di akhir pekan yang mencapai 600 kunjungan pada hari sabtu dan minggu. Jumlah kunjungan ke Candi Bahal I juga mengalami peningkatan yang signifikan pada saat hari raya Waisak. Sebelum pandemi jumlah wisatawan yang berkunjung pada hari raya Waisak mencapai 150 orang yang umumnya berasal dari negara Republik Rakyat Tiongkok, Singapura dan Malaysia.

Tingginya jumlah kunjungan wisatawan tidak menambah aktivitas ekonomi masyarakat yang telah ada saat ini. Penjual makanan dan minuman ringan yang ditemui telah berjualan selama 10 tahun dan tidak melakukan perubahan apapun dari segi variasi jenis yang diujakan serta tampilan tempat usaha selama kurun waktu tersebut. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan telah berusaha menumbuhkan kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata budaya melalui koordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Namun masih terkendala anggaran, karena anggaran yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan saat ini diprioritaskan untuk binaannya saja. Maka, Bupati telah menginstruksikan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk bersinergi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lainnya pada kegiatan di tahun 2022 untuk menumbuhkan ekonomi kreatif. Kerjasama antar OPD yang direncanakan, yaitu: pengadaan kios souvenir dan kuliner oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan; pengembangan agrowisata oleh Dinas Pertanian; serta, pengembangan wisata ternak oleh Dinas Peternakan.

Permasalahan yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam menjalankan tugas dan fungsinya, yaitu:

1. Aksesibilitas menuju ke obyek wisata masih minim, meskipun kondisi jalan dan panjang jalan relatif baik namun kuantitas dan kualitasnya masih rendah.
2. Objek wisata yang tertata masih terbatas, meskipun memiliki objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Penataan serta penyajian objek wisata yang berkesan bagi wisatawan masih menjadi pekerjaan rumah.

3. Koordinasi dan persepsi antar OPD masih rendah, sehingga berdampak kepada penanganan kepariwisataan yang belum maksimal.
4. Kebijakan yang mendukung pengembangan kepariwisataan dan pelestarian budaya lokal daerah belum tersedia.

Menindaklanjuti permasalahan dalam pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Padang Lawas Utara, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyusun strategi sebagai berikut:

1. Penyusunan arahan pengembangan kawasan pariwisata secara konseptual dan sistematis;
2. Rehabilitasi pengembangan kawasan pariwisata secara komprehensif dan terpadu;
3. Ekstensifikasi dan intensifikasi pembangunan destinasi dan daya tarik wisata;
4. Mengembangkan kegiatan promosi melalui media media yang tersedia, dan mengikuti berbagai kegiatan pameran untuk mempromosikan pariwisata;
5. Pengembangan dan pemanfaatan kemitraan pemasaran pariwisata yang terpadu dan sinergis;
6. Pengembangan pasar wisatawan;
7. Pengembangan paket-paket wisata khusus;
8. Pengembangan area sebaran tujuan kunjungan wisatawan;
9. Pengembangan kelembagaan bekerjasama dengan Perguruan Tinggi/ Pemangku Kepentingan;
10. Optimalisasi peran dan pemberdayaan masyarakat dalam penguatan kelembagaan;
11. Optimalisasi fasilitasi pelaksanaan aktivitas seni budaya masyarakat;
12. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan modal-modal seni budaya lokal dan sejarah purbakala.

Agar strategi yang disusun tepat sasaran, maka kebijakan implementatif yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Padang Lawas Utara, yaitu:

- A. Pengembangan pembangunan infrastruktur dan aksesibilitas penunjang kepariwisataan

1. Meningkatkan sarana dan fasilitas kawasan wisata menggunakan pendekatan pengembangan pariwisata berwawasan lokal, budaya, lingkungan dan berkelanjutan;
 2. Meningkatkan peran dan pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan kepariwisataan yang kreatif dan inovatif;
 3. Mengembangkan destinasi pariwisata berbasis pedesaan, budaya dan industri kecil/lokal.
- B. Peningkatan kualitas produk pariwisata dan sumber daya kepariwisataan melalui peningkatan ragam kegiatan di dalam dan luar daerah untuk memperkenalkan potensi pariwisata lokal.
- C. Peningkatan pemasaran dan promosi pariwisata tepat guna dan pengembangan kualitas seni, budaya serta pelestarian kebudayaan daerah.
1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas materi informasi dan promosi yang informatif, menarik dan inovatif;
 2. Mengembangkan data dan informasi pariwisata yang akurat dan terkini;
 3. Mengoptimalkan pelayanan pariwisata yang mengedepankan Sapta Pesona dan Sadar Wisata;
 4. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kapabilitas SDM dan kelembagaan budaya dan pariwisata;
 5. Memperkenalkan kebudayaan daerah serta mendorong pemahaman terhadap budaya dan mendukung upaya pengembangan budaya khas dan sesuai nilai-nilai setempat;
 6. Mengembangkan budaya daerah sebagai sentra-sentra industri pariwisata yang mendukung kunjungan dan daya tarik wisata;
 7. Melakukan identifikasi pendataan terhadap situs, benda cagar budaya peninggalan sejarah sebagai upaya pelestarian nilai dan keragaman budaya.

4.2. Kebutuhan Jasa Wisatawan Terhadap Usaha Pariwisata di Lokasi Objek Wisata

Jumlah wisatawan lokal sebagai responden penelitian terkait kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya sebanyak 35 orang responden untuk kelima lokasi penelitian, disajikan pada Tabel 4.17 berikut.

Tabel 4.17. Objek dan Tujuan Wisata Budaya yang Dikunjungi oleh Wisatawan

*Aktivitas Ekonomi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Pariwisata Budaya
sebagai Objek Wisata di Sumatera Utara*

No. Respon	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin	Asal Responden	Objek Wisata yang Dikunjungi	Tujuan
R1	21-40	Laki-laki	Pasar Gunung Tua	Candi Aloban	Rekreasi/ liburan
R2	21-40	Perempuan	Padangsidempuan	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R3	41-60	Perempuan	Medan	Candi Bahal I	Rekreasi /liburan
R4	21-40	Perempuan	Gunung tua, Paluta	Candi Bahal I	Rekreasi /liburan
R5	21-40	Perempuan	Padang Bolak, Paluta	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R6	21-40	Laki-laki	Padangsidempuan	Candi Bahal I	Lainnya
R7	21-40	Laki-laki	Padangsidempuan	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R8	41-60	Laki-laki	Gunungtua	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R9	21-40	Laki-laki	Padangsidempuan	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R10	41-60	Laki-laki	Paluta	Candi Bahal I	Rekreasi/ liburan
R11	41-60	Laki-laki	Medan	Candi Bahal II	Penelitian/ pendidikan
R12	21-40	Laki-laki	Gunungtua	Candi Bahal II	Rekreasi/ liburan
R13	21-40	Laki-laki	Gunungtua	Candi Bahal II	Penelitian/ pendidikan
R14	41-60	Laki-laki	Medan	Candi Bahal III	Penelitian/ pendidikan
R15	21-40	Laki-laki	Sibatang Kayu	Candi Bahal III	Rekreasi/ liburan
R16	41-60	Laki-laki	Medan	Desa Lingga	Penelitian/ pendidikan
R17	41-60	Laki-laki	Medan	Istana Lima Laras	Penelitian/ pendidikan
R18	41-60	Laki-laki	Penyabungan	Istana Lima Laras	Rekreasi/ liburan
R19	41-60	Laki-laki	Medan	Istana Lima Laras	Penelitian/ pendidikan
R20	41-60	Laki-laki	Medan	Istana Sisingamangaraja	Penelitian/ pendidikan
R21	41-60	Laki-laki	Medan	Istana Sisingamangaraja	Penelitian/ pendidikan
R22	41-60	Perempuan	Humbang Hasundutan	Istana Sisingamangaraja	Ritual/ budaya
R23	21-40	Laki-laki	Medan	Kampung Bali di Langkat	Rekreasi /liburan

No. Respon	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin	Asal Responden	Objek Wisata yang Dikunjungi	Tujuan
R24	21-40	Laki-laki	Medan	Makam Tuan Guru Besilam	Ritual/ budaya
R25	41-60	Laki-laki	Medan	Mesjid Azizi Langkat	Penelitian/ pendidikan
R26	21-40	Laki-laki	Tanjung Morawa	Mesjid Azizi Langkat	Rekreasi/ liburan
R27	21-40	Laki-laki	Stabat	Mesjid Azizi Langkat	Rekreasi/ liburan
R28	41-60	Laki-laki	Medan	Mesjid Azizi Langkat	Singgah sholat
R29	21-40	Laki-laki	Medan	Mesjid Azizi Langkat	Ritual/ budaya
R30	41-60	Laki-laki	Stabat	Mesjid Azizi Langkat	Ritual/ budaya
R31	21-40	Perempuan	Kabanjahe	Museum Pusaka Karo	Rekreasi/ liburan
R32	21-40	Laki-laki	Rantauprapat	Taman Alam Lumbini	Rekreasi/ liburan
R33	21-40	Perempuan	Rantauprapat	Taman Alam Lumbini	Rekreasi/ liburan
R34	21-40	Perempuan	Medan	Taman Alam Lumbini	Rekreasi /liburan
R35	21-40	Perempuan	Deli Serdang	Taman Alam Lumbini	Rekreasi/ liburan

Sumber: Data Penelitian (2021)

Merujuk pada Tabel 4.17 dapat dijelaskan bahwa segmentasi wisatawan yang memiliki minat untuk mengunjungi objek wisata budaya adalah wisatawan berusia antara: 21-40 tahun, dan 41-60 tahun. Para wisatawan berasal dari luar daerah lokasi objek wisata budaya dan daerah lokasi objek wisata budaya sendiri. Objek wisata budaya yang dikunjungi oleh wisatawan cukup beragam sesuai dengan potensi budaya/sejarah di daerah kabupaten sebagai destinasi wisata wisatawan. Tujuan wisatawan datang ke objek wisata budaya adalah beragam, mulai dari rekreasi/liburan, ritual/budaya, penelitian/pendidikan, sekedar sholat, dan tujuan lainnya. Kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya disajikan pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18. Biaya Kebutuhan Jasa oleh Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata di Lokasi Objek Wisata Budaya di Sumatera Utara

No. Respon	Biaya Kebutuhan Jasa oleh Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata di Objek Wisata Budaya (Rp.000)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
R1	-	101-250	-	-	251-500	-	-	-	-	-	-	101-250
R2	101-500	101-250	-	-	251-500	-	-	101-250	-	-	-	101-250
R3	500-1000	500-1000	-	-	501-1000	-	-	101-250	-	-	-	101-250
R4	101-500	251-500	-	-	251-500	-	-	51-100	-	-	-	101-250
R5	101-500	101-250	-	-	251-500	-	-	101-250	-	-	51-100	101-250
R6	-	101-250	-	-	-	-	-	101-250	-	-	-	-
R7	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R8	-	101-250	-	20- 50	-	-	-	51-100	-	-	101- 250	-
R9	-	101- 250	-	101-250	20-50	-	-	-	20-50	-	-	-
R10	-	251-500	-	51- 100	251-500	-	-	51-100	-	-	101- 250	-
R11	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R12	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R13	-	101-250	20-50	20- 50	20-50	-	-	-	20-50	-	51-100	-
R14	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R15	-	000-100	-	-	101-250	-	-	101-250	-	-	-	-
R16	101- 500	101-250	20-50	51-100	-	-	-	-	51-100	-	-	-
R17	-	000-100	20-50	20-50	20-50	-	20-50	-	-	-	-	-
R18	101-500	101-250	-	-	-	-	101-250	251-500	101-250	-	101-250	101- 250
R19	101-500	000-100	-	> 500	-	-	-	-	-	-	-	-
R20	-	101-250	-	-	-	-	-	20-50	-	-	-	-
R21	-	000-100	-	20-50	-	-	-	-	-	-	-	-
R22	-	000-100	-	20-50	-	-	-	-	-	-	-	-
R23	-	000-100	-	20-50	51-100	-	20-50	-	-	-	-	-

No. Respon	Biaya Kebutuhan Jasa oleh Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata di Objek Wisata Budaya (Rp.000)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
R24	-	000-100	-	101-250	101-250	-	-	-	-	-	-	-
R25	-	000-100	-	20-50	-	-	-	20-50	-	-	-	-
R26	500-1.000	500-1.000	-	251-500	501-1.000	-	251-500	251-500	101-250	251-500	101-250	-
R27	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R28	-	000-100	-	-	-	-	-	-	-	-	101-250	-
R29	-	000-100	-	-	-	-	-	20-50	-	-	-	-
R30	-	000-100	-	20-50	20-50	-	20-50	20-50	20-50	20-50	20-50	-
R31	-	101-250	-	20-50	20-50	-	20-50	20-50	20-50	20-50	20-50	-
R32	101-500	251-500	-	-	251-500	-	101-250	-	-	-	-	101-250
R33	-	251-500	-	> 500	-	-	-	-	-	-	-	20-50
R34	> 1.000	500-1.000	-	-	501-1.000	-	-	-	-	-	-	251-500
R35	50-100	000-100	-	20-50	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber: Data Penelitian (2021)

Keterangan: tanda “-“ = tidak dibutuhkan wisatawan

- | | | | |
|------------------------|------------------------|------------------------------|-------------------------|
| 1. Akomodasi | 4. Angkutan Jalan Raya | 7. Pertunjukan Seni & Budaya | 10. Pertemuan & Seminar |
| 2. Makan Minum | 5. Sewa Kendaraan | 8. Rekreasi & Hiburan | 11. Belanja |
| 3. Angkutan Kereta Api | 6. Biro Perjalanan | 9. Cinderamata | 12. Pramuwisata |

Analisis terhadap kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata menggunakan data kuesioner yang disebar kepada wisatawan yang dijumpai di objek wisata budaya serta melalui *google form*. Dengan merujuk pada Tabel 4.18, dominasi kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata berdasarkan jumlah dan persentase wisatawan yang membutuhkannya disajikan pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19. Persentase Kebutuhan Jasa oleh Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata

No.	Kebutuhan Jasa Wisatawan terhadap Usaha Pariwisata	Wisatawa yang Membutuhkan	
		Jumlah (orang)	%
1.	Akomodasi	11	31,43
2.	Makan Minum	35	100
3.	Angkutan Kereta Api	3	8,57
4.	Angkutan Jalan Raya	17	48,57
5.	Sewa Kendaraan	17	48,57
6.	Biro Perjalanan	0	0
7.	Pertunjukan Seni & Budaya	7	20
8.	Rekreasi & Hiburan	15	42,86
9.	Cinderamata	9	25,71
10.	Pertemuan & Seminar	3	8,57
11.	Belanja	9	25,71
12.	Pramuwisata	9	25,71
	Total	35	

Merujuk pada Tabel 4.19 dapat dijelaskan bahwa setidaknya terdapat 12 (dua belas) kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya, yang notabeneanya dapat menumbuhkan dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat sekitar pelaku usaha.

Pertama, kebutuhan wisatawan terhadap akomodasi. Usaha penyediaan akomodasi merupakan usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya, misalnya: hotel, kondominium hotel, apartemen servis, bumi perkemahan, persinggahan karavan, vila, pondok wisata, hunian wisata senior/lanjut usia, rumah wisata, motel, dll. Dari 35 wisatawan sebagai responden yang berkunjung ke objek wisata budaya, terdapat 11 orang (31,43%) yang membutuhkan akomodasi untuk menginap. Beberapa wisatawan, khususnya wisatawan yang berasal dari lokasi objek wisata budaya yang dikunjungi tidak menginap atau wisatawan yang sifat kunjungannya hanya

half day, yaitu wisatawan yang hanya berkunjung untuk beberapa jam saja di lokasi objek wisata budaya umumnya tidak membutuhkan akomodasi untuk menginap.

Kebutuhan wisatawan terhadap akomodasi selama menginap di lokasi objek wisata budaya, yang bila dapat diakomodir oleh masyarakat setempat, tentunya dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat khususnya masyarakat pelaku usaha di sektor akomodasi sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya di atas.

Kedua, kebutuhan wisatawan terhadap makan dan minum. Makan dan minum pada konteks penelitian ini adalah semua kebutuhan jasmani wisatawan yang dapat dimakan dan/atau diminum untuk menghilangkan rasa lapar dan haus, misalnya: nasi, kue, minuman instan, kopi, teh manis, jus, rujak, roti, manisan, dodol, dll. Dari data Tabel 4.19 dapat dilihat bahwa semua wisatawan sebagai responden yang berkunjung ke lokasi objek wisata budaya membutuhkan makanan dan minuman. Kebutuhan jasa wisatawan terhadap makanan dan minuman selama berada di lokasi objek wisata budaya, yang bila dapat diakomodir oleh masyarakat setempat, tentunya juga dapat menumbuhkan dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar lokasi objek wisata budaya dimaksud.

Ketiga, kebutuhan wisatawan terhadap angkutan kereta api. Dari Tabel 4.19 di atas dapat dilihat hanya 3 orang (8,57%) wisatawan yang menggunakan layanan kereta api ke objek wisata yang dikunjungi. Hal ini tergantung pada ada tidaknya akses layanan kereta api menuju destinasi wisata budaya yang mau dikunjungi oleh wisatawan dimaksud. Misalnya: bila wisatawan berasal dari Kota Medan menuju objek wisata budaya di Kabupaten Langkat, maka wisatawan dapat menggunakan layanan kereta api sampai ke Stasiun kereta api Binjai, dan kemudian wisatawan tersebut dapat menggunakan moda transportasi lain menuju objek wisata atau dapat menyewa kendaraan lain.

Kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap layanan kereta api tentunya dapat meningkatkan pendapatan negara karena manajemen pengelolaan pelayanan kereta api tentunya di bawah naungan Kementerian Perhubungan, akan tetapi bisa juga berdampak pada peningkatan pelayanan publik oleh Kementerian Perhubungan, yang notabeneanya dapat dirasakan oleh masyarakat umum Sumatera Utara.

Keempat, kebutuhan wisatawan terhadap angkutan jalan raya serta sewa kendaraan. Dari Tabel 4.19 di atas dapat dilihat 17 orang (48,57%) wisatawan yang

menggunakan layanan angkutan jalan raya ke objek wisata yang dikunjungi. Hal ini tergantung pada ada tidaknya akses angkutan yang langsung ke lokasi objek wisata budaya. Bila Pemerintah Daerah belum membuka trayek angkutan umum yang bisa langsung ke lokasi objek wisata budaya, maka hal ini menjadi peluang bagi masyarakat setempat untuk membuka usaha rental sepeda motor/mobil bagi wisatawan yang mau berkunjung ke lokasi objek wisata budaya dimaksud, sehingga para wisatawan dapat merental kendaraan. Rental kendaraan merupakan salah satu kebutuhan jasa wisatawan di lokasi objek wisata budaya. Bila merujuk pada Tabel 4.19, maka jumlah wisatawan sebagai responden penelitian yang merental kendaraan ke lokasi objek wisata budaya sebanyak 17 orang (48,57%) dari 35 orang responden.

Kebutuhan wisatawan terhadap rental kendaraan tentunya dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat setempat, sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga mereka.

Kelima, kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap pertunjukan seni & budaya serta rekreasi hiburan. Usaha pertunjukan seni & budaya atau rekreasi hiburan adalah usaha penyediaan tempat dan fasilitas untuk melakukan kegiatan seni/budaya atau menonton karya seni/budaya dan/atau pertunjukan seni/budaya bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Berdasarkan Tabel 4.19, terdapat 7 orang (20%) wisatawan yang membutuhkan pertunjukan seni/budaya di lokasi objek wisata budaya, serta 15 orang (42,86%) wisatawan yang membutuhkan rekreasi hiburan.

Kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap pertunjukan seni/budaya serta rekreasi hiburan selama berada di lokasi objek wisata budaya, yang bila dapat diakomodir oleh masyarakat setempat, tentunya juga dapat menumbuhkan dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar lokasi objek wisata budaya dimaksud. Masyarakat bisa langsung terlibat sebagai pelaku seni/budaya atau sebagai fasilitator penunjang akan keterlaksanaan kegiatan pertunjukan seni/budaya serta rekreasi hiburan dimaksud.

Keenam, kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap cinderamata dan belanja. Merujuk Tabel 4.19 bahwa kebutuhan jasa wisatawan terhadap cinderamata dan belanja masing-masing sebanyak 9 orang (25,75%). Hal ini menjadi peluang bagi

masyarakat setempat untuk membuka UKM yang terkait dengan cinderamata atau buah tangan atau oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke lokasi objek wisata budaya. Para wisatawan dapat membelanjakan uang mereka untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan dari masyarakat, sehingga ada sesuatu yang dapat ditinggalkan oleh wisatawan bagi masyarakat setempat yang bernilai ekonomis dan dapat membantu untuk meningkatkan perekonomian keluarga masyarakat setempat.

Ketujuh, kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap pertemuan dan seminar. Merujuk pada Tabel 4.19 bahwa terdapat 3 orang (8,57%) wisatawan yang membutuhkan pertemuan dan seminar. Beberapa wisatawan menjadikan objek wisata budaya sebagai tempat pertemuan dan seminar. Hal ini tentu sedikit berbeda ketika kegiatan seperti ini dilakukan di ruang tertutup seperti hotel. Para wisatawan sebagai peserta pertemuan dan seminar dapat menikmati nuansa budaya/religi/sejarah dengan tidak mengurangi fokus materi pertemuan dan seminar dimaksud. Kebutuhan jasa makan minum atau kebutuhan lainnya bagi para wisatawan sebagai peserta pertemuan dan seminar, yang bila dapat diakomodir oleh masyarakat setempat, maka kegiatan ini tentunya dapat menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

Keenam, kebutuhan jasa oleh wisatawan terhadap jasa pramuwisata. Merujuk pada Tabel 4.19 bahwa terdapat 9 orang (25,75%) wisatawan yang membutuhkan jasa pramuwisata di lokasi objek wisata budaya. Pramuwisata merupakan orang yang memiliki pengetahuan terhadap budaya/sejarah tentang objek wisata budaya tertentu. Wisatawan tentunya membutuhkan pramuwisata sebagai *storyteller* atau pencerita budaya/sejarah. Hal ini menjadi peluang bagi masyarakat setempat sebagai aktivitas ekonomi mereka untuk meningkatkan pendapatan keluarga para pramuwisata.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

1. Aktivitas ekonomi masyarakat dengan pemanfaatan pariwisata budaya sebagai objek wisata di Sumatera Utara sangat beragam meskipun belum tumbuh dan berkembang di setiap objek wisata budaya, mulai dari: usaha makan minum dan sejenisnya; fasilitasi kegiatan keagamaan dan sejenisnya; usaha jasa transportasi lokal; usaha souvenir/cinderamata; fasilitasi penelitian dan pengabdian masyarakat; usaha jasa penginapan; fasilitasi kunjungan pejabat; fasilitasi seminar, inagurasi, field trip, dan sejenisnya; pengelolaan panti jompo; usaha jasa penyewaan; usaha jasa seni dan pertunjukan; terlibat menjadi pengelola; dan fasilitasi kegiatan lain.
2. Kebutuhan jasa wisatawan terhadap usaha-usaha pariwisata di lokasi objek wisata budaya adalah sangat beragam, baik jenis maupun tingkat kebutuhannya, dan dapat menumbuhkan dan mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat, diantaranya: akomodasi, makan minum, angkutan kereta api dan jalan raya, sewa kendaraan, pertunjukan seni dan budaya, rekreasi dan hiburan, cinderamata, pertemuan dan seminar, belanja, dan pramuwisata.

5.2. Rekomendasi

5.2.1. Untuk Pemerintah Provinsi Sumatera Utara

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu menggandeng asosiasi pariwisata serta pengusaha pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata budaya.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu mengembangkan potensi objek wisata budaya dengan memfasilitasi dan membangun sarana prasarana pendukung kepariwisataan;
3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu lebih intens mempromosikan objek wisata budaya di berbagai media;
4. Dinas Perhubungan perlu membuka akses moda transportasi umum yang dapat melintasi objek wisata budaya;

5. Dinas Pendidikan perlu mengangkat objek wisata budaya menjadi salah satu mata pelajaran muatan lokal di SMA/SLB/SMK.

5.2.2. Untuk Pemerintah Kabupaten di Sumatera Utara

5.2.2.1. Kabupaten Batubara

1. Dinas Pariwisata agar menciptakan *branding* pariwisata budaya dengan ikon Pesta Tapai.
2. Dinas Pariwisata perlu mengintegrasikan serta mengembangkan jenis daya tarik wisata lain pada semua objek wisata budaya.
3. Dinas Pariwisata perlu menyediakan paket wisata yang terintegrasi antara objek wisata budaya, objek wisata alam, serta objek wisata buatan.
4. Dinas Pariwisata perlu menambah kios-kios kecil sebagai tempat berjualan bagi masyarakat pelaku usaha pariwisata di sekitar Pantai Sejarah serta objek wisata budaya lainnya.
5. Dinas Pariwisata perlu menggandeng asosiasi pariwisata serta pengusaha pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata budaya.
6. Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM dapat bekerjasama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mendirikan sentra cenderamata dengan jumlah yang memadai di objek wisata budaya sehingga memudahkan wisatawan dalam memperolehnya.
7. Dinas Pariwisata perlu lebih intens mempromosikan objek wisata budaya di berbagai media.
8. Dinas Pendidikan perlu mengangkat objek wisata budaya menjadi salah satu mata pelajaran muatan lokal di SD dan SMP.

5.2.2.2. Kabupaten Humbanghasundutan:

1. Dinas Pariwisata perlu mengintegrasikan serta mengembangkan jenis daya tarik wisata lain pada semua objek wisata budaya dengan memperhatikan aturan dan etika adat yang berlaku.
2. Dinas Pariwisata perlu menyediakan paket wisata yang terintegrasi antara objek wisata budaya, objek wisata alam, serta objek wisata buatan.

3. Dinas Pariwisata perlu membangun kios-kios kecil sebagai tempat berjualan bagi masyarakat pelaku usaha pariwisata di sekitar areal puncak Pargotting di Kecamatan Baktiraja.
4. Dinas Pariwisata perlu menggandeng asosiasi pariwisata serta pengusaha pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata budaya.
5. Dinas Pariwisata perlu membantu pihak pengelola objek wisata Istana Sisingamangaraja dalam fasilitasi perlengkapan homestay, misalnya: bed, bantal, tilam, tikar, dan lain sebagainya.
6. Dinas Pariwisata agar menciptakan *branding* pariwisata budaya dengan ikon Istana Makam Sisingamangaraja.
7. Dinas Pariwisata dan Dinas UMKM perlu menghimbau masyarakat pelaku usaha untuk membuka usaha rental sepeda motor bagi wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Danau Toba di Kabupaten Humbang Hasundutan.
8. Dinas Pariwisata menghimbau para pelaku usaha pariwisata untuk membuka usaha kedai nasi di sekitar objek wisata budaya dengan tetap memperhatikan kehalalan makanan dan minuman.
9. Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM dapat bekerjasama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mendirikan sentra cenderamata dengan jumlah yang memadai di objek wisata budaya sehingga memudahkan wisatawan dalam memperolehnya;
10. Dinas Pariwisata perlu lebih intens mempromosikan objek wisata budaya di berbagai media;
11. Dinas Pendidikan perlu mengangkat objek wisata budaya menjadi salah satu mata pelajaran muatan lokal di SD dan SMP.

5.2.2.3. Kabupaten Karo

1. Dinas Pariwisata agar menciptakan *branding* pariwisata budaya dengan ikon Siwaluh Jabu.
2. Dinas Pariwisata perlu mengintegrasikan serta mengembangkan jenis daya tarik wisata lain pada semua objek wisata budaya.

3. Dinas Pariwisata bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi perlu merevitalisasi rumah-rumah adat Karo untuk dijadikan objek wisata budaya.
4. Dinas pariwisata perlu membangun kios-kios kecil untuk berjualan bagi pelaku usaha pariwisata di sekitar objek wisata budaya.
5. Dinas PU perlu membangun sarana toilet bagi wisatawan yang berkunjung ke lokasi objek wisata budaya.
6. Dinas Pariwisata menghimbau para pelaku usaha pariwisata untuk membuka usaha kedai nasi di sekitar objek wisata budaya dengan tetap memperhatikan kehalalan makanan dan minuman.
7. Dinas Pariwisata perlu menggandeng asosiasi pariwisata serta pengusaha pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata budaya.
8. Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM dapat bekerjasama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mendirikan sentra cenderamata dengan jumlah yang memadai di objek wisata budaya sehingga memudahkan wisatawan dalam memperolehnya.
9. Dinas Pariwisata perlu lebih intens mempromosikan objek wisata budaya di berbagai media.

5.2.2.4. Kabupaten Langkat

1. Dinas PU perlu memperbaiki (mengaspal) jalan menuju objek wisata religi Tuan Guru Baslam;
2. Dinas Pariwisata dan kebudayaan perlu membantu masyarakat pelaku usaha objek wisata religi Tuan Guru Baslam dalam rangka membangun kios-kios kecil untuk tempat berjualan;
3. Dinas Pariwisata dan kebudayaan agar menciptakan *branding* pariwisata budaya dengan ikon objek wisata setempat, yaitu wisata religi Tuan Guru Baslam;
4. Dinas Pariwisata dan kebudayaan dan Dinas Koperasi dan UKM dapat bekerjasama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mendirikan sentra

cenderamata dengan jumlah yang memadai di objek wisata budaya sehingga memudahkan wisatawan dalam memperolehnya;

5. Dinas Pariwisata dan kebudayaan perlu lebih intens mempromosikan semua objek wisata budaya di berbagai media;
6. Dinas Pendidikan perlu mengangkat dan/atau mengintegrasikan objek wisata budaya menjadi salah satu mata pelajaran muatan lokal di SD dan SMP.

5.2.2.5. Kabupaten Padang Lawas Utara:

1. Dinas Pariwisata agar menciptakan *branding* pariwisata budaya dengan ikon Candi Bahal.
2. Dinas Pariwisata perlu mengintegrasikan serta mengembangkan jenis daya tarik wisata lain pada semua objek wisata budaya.
3. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi perlu merevitalisasi Candi Bahal.
4. Dinas pariwisata perlu membangun kios-kios kecil untuk berjualan bagi pelaku usaha pariwisata di sekitar objek wisata Candi Bahala tau candi lainnya.
5. Dinas PU perlu membangun sarana toilet bagi wisatawan yang berkunjung ke lokasi objek wisata budaya.
6. Dinas Pariwisata menghimbau para pelaku usaha pariwisata untuk membuka usaha kedai nasi di sekitar objek wisata budaya.
7. Dinas Pariwisata perlu menggandeng asosiasi pariwisata serta pengusaha pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata budaya.
8. Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM dapat bekerjasama dengan Dinas Perindustrian Perdagangan untuk mendirikan sentra cenderamata dengan jumlah yang memadai di objek wisata budaya sehingga memudahkan wisatawan dalam memperolehnya.
9. Dinas Pariwisata perlu lebih intens mempromosikan objek wisata budaya di berbagai media.
10. Dinas Pendidikan perlu mengangkat objek wisata budaya menjadi salah satu mata pelajaran muatan lokal di SD dan SMP.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, F., & Alam, S. 2012. *Studi Kebijakan Pemerintahan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ardiwidjaja, R. 2018. *Arkeowisata: Mengembangkan Daya Tarik Pelestarian Wisata Budaya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arsyad, L. 1995. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Damanik, J., & Weber, H. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Puspar UGM dan Andi.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Tiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Deputi Bidang Kebijakan Strategis Kemenparekraf/Baparekraf. 2020. *Pariwisata 2021*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Deputi Pengembangan Industri dan Kelembangan Kementerian Pariwisata. 2019. *Pedoman pengembangan wisata sejarah dan warisan budaya*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Engel, J. F. 1994. *Pengertian Perilaku Konsumen, Dalam Buku Perilaku Konsumen*. Edisi 6: jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Inskoop, E. 1991. *Tourism Planning and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinblod.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2020. *Direktori Kegiatan Kajian Strategis 2020*. Jakarta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2020. *Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021*.
- Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. 2018. *Kajian Dampak Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta.
- McKercher, B., & du Cross, H. 2002. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourist and Cultural Herriitage Management*. New York: Haworth Press.
- Mowen. 1990. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Nainggolan, M. E. L., Nainggolan, P., Purba, L. E., Bonaraja, Sudarmanto, M. E. R., Nugraha, Kareth, N. A., Purba, M. A. C., Elvitrianim, Faried, Hasibuan, A. I. 2021. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. n.p: Yayasan Kita Menulis.
- Pendit, N., S. 2002. *Ilmu Pariwisata sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pitana, G. I., & Diarta, K., I. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sholahudin, M. 2007. *Asas-Asas Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Solihin, I. 2006. *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis & Studi Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Spillane, J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Subdirektorat Statistik Pariwisata. 2019. *Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwardjoko P. W., & Warpani, I., P. 2007. *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB Pres.
- Tjiptono. F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- UNWTO. 2017. *Tourism Highlights 2017 Edition*. Madrid: UNWTO.
- Weber, H. F., & Damanik, J. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, O., A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Cetakan Pertama. Bandung: Angkasa.

Jurnal:

- Amir, S., Mariana, Osmana, M., Bachoka, S., & Ibrahima, M. 2015. Sustaining Local Community Economy Through Tourism: Melaka UNESCO World Heritage City. *Procedia Environmental Sciences*. Elsevier B.V., 28 (Sustain 2014), pp. 443–452. doi: 10.1016/j.proenv.2015.07.054.
- Biantoro, R., & Ma'rif, S. 2014. Pengaruh Pariwisata terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat pada Kawasan Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Teknik PWK*. 3(4) hal: 1038-1047.
- Kurniawan, W. 2015. Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. *Economics Development Analysis Journal*. 4(4) hal: 443-451.
- Laksono, A. N., & Mussadun. 2014. Dampak aktivitas ekowisata di pulau Karimunjawa berdasarkan persepsi masyarakat. *Jurnal Teknik PWK*. 3(2) hal: 262-273.
- Syaifuddin, A. & Purwohandoyo. J. 2019. Pengaruh Perkembangan Pariwisata terhadap Karakteristik Ekonomi Masyarakat di Sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Geografi*, Vol. 19 No. 1, April 2019.
- Febrina, R. P., Suharyono, S., & Wi Endang NP, M. G. 2017. Dampak Pengembangan Objek Wisata Ndayung Rafting terhadap Sosial Budaya dan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Masyarakat Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.

Juhannis, J. 2015. Dampak Perkembangan Pariwisata terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Pulau Liukang Loe Kabupaten Bulukumba. *Plano Madani: Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Nafila, O. 2013. Peran Komunias Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalithikum Gunung Padang. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 24, No. 1, April 2013.

Wihasta, C. R., & Prakoso, H. B. S., 2012. Perkembangan Desa Wisata Kembang Arum dan Dampaknya terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Donokerto Kecamatan Turi. *Jurnal Bumi Indonesia*.

Peraturan Perundang-undangan:

Peraturan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 42 tahun 2009 dan Nomor 40 tahun 2009 tentang Pedoman Pelestarian Kebudayaan.

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018 tentang Pelaksanaan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 18 tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Skripsi/Tesis:

Asriady, I. 2016. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Makassar: UNHAS.

Matondang, I. P. S. 2020. Potensi Pariwisata Bersejarah sebagai Peluang Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Istana Maimun). *Skripsi* (tidak diterbitkan). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Siregar, R. S. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Taman Wisata Istana Maimun. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Website:

<https://indomaritim.id/aktivitas-ekonomi-penjelasan-tiga-bagiannya/>

LAMPIRAN 1

**DATA ISIAN
DAFTAR USAHA PARIWISATA DALAM PEMANFAATAN
OBJEK WISATA BUDAYA & AKTIVITAS EKONOMI DI SEKITARNYA**

Kabupaten/Kota : _____

Nama OPD : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan/sebutan lain

Data Informan yang Mengisi

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Instruksi :

- ✓ Mohon Bapak/Ibu memilih jawaban/respon “Ada” atau “Tidak Ada”
- ✓ Bila jawaban “Ada”, Bapak/Ibu dimohon untuk menuliskan jumlah aktivitas ekonomi berdasarkan kondisi eksisting di daerah Bapak/Ibu.
- ✓ Bila jawaban “Tidak Ada”, mohon menceklist tanda (√) pada kolom dimaksud.
- ✓ Mohon Bapak/Ibu menuliskan “Aktivitas Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya” (sebelum dan saat Pandemi Covid 19)
- ✓ Mohon diisi dengan **JUJUR!** Jawaban Bapak/Ibu sama sekali **TIDAK** mempengaruhi nilai kinerja Bapak/Ibu. Ini hanya kebutuhan penelitian untuk perbaikan penumbuhan aktivitas ekonomi masyarakat dalam pemanfaatan pariwisata budaya kedepannya.

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Ada	Tidak Ada	Aktivitas Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya (sebelum dan saat Pandemi Covid 19)
		Tuliskan jumlahnya		
1.	Pengelolaan museum			
2.	Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala			
3.	Pengelolaan pemandian air panas alami			
4.	Pengelolaan goa			
5.	Wisata agro			

*Aktivitas Ekonomi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Pariwisata Budaya
sebagai Objek Wisata di Sumatera Utara*

No.	Usaha Pariwisata dalam Pemanfaatan Objek Wisata Budaya	Ada	Tidak Ada	Aktivitas Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya (sebelum dan saat Pandemi Covid 19)
		Tuliskan jumlahnya		
6.	Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat			
7.	Pengelolaan objek ziarah			
8.	Lainnya (sebutkan bila ada)			

LAMPIRAN 2

**DATA ISIAN
KONDISI EKSISTING USAHA PARIWISATA**

Kabupaten/Kota : _____

Informan : Pelaku Usaha Pariwisata

Jenis Usaha :

1. Pengelolaan museum
2. Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala
3. Pengelolaan pemandian air panas alami
4. Pengelolaan goa
5. Wisata agro
6. Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat
7. Pengelolaan objek ziarah

**Pilih 1 atau lebih sesuai usaha yang dikelola dengan
membubuhkan tanda (X) di nomor 1 -7 di atas**

Nama Usaha Pariwisata: _____

Data Informan yang Mengisi

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Instruksi :

- ✓ Mohon Bapak/Ibu mengisi pertanyaan/pernyataan di bawah ini

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban/Isian
1.	Pendapatan/bulan (Rupiah....)	1. Rp. _____ (sebelum Pandemi Covid 19) 2. Rp. _____ (Pandemi Covid 19)
2.	Kondisi usaha	Kondisi usaha: “aktif” atau “Tidak aktif sebelum dan saat Pandemi Covid 19
3.	Aktivitas Ekonomi Masyarakat di sekitar Objek Wisata:	1. _____ 2. _____

*Aktivitas Ekonomi Masyarakat Dalam Pemanfaatan Pariwisata Budaya
sebagai Objek Wisata di Sumatera Utara*

No.	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban/Isian
		3. _____ 4. _____ 5. _____ 6. _____ 7. _____
4.	Permasalahan dalam pengelolaan usaha pariwisata	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____ 6. _____

LAMPIRAN 3

LEMBAR WAWANCARA

Nama OPD/Lembaga : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan/sebutan lain; Pelaku Usaha, Asosiasi Pariwisata (coret yang tidak perlu)

Informan : Kepala Dinas/Kabid/Sekretaris/Kasi; Pelaku Usaha, Asosisasi Pariwisata

Jenis Usaha : (hanya diisi untuk informannya Pelaku Usaha)

Kabupaten/Kota : _____

Data Informan

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Aspek yang Ditanya : Kondisi eksisting aktivitas ekonomi dalam pemanfaatan pariwisata budaya; usaha & kebijakan Pemda untuk menumbuhkan/menciptakan aktivitas ekonomi di sektor pariwisata, khususnya pariwisata budaya

Instruksi kepada Tim Peneliti:

- ✓ Pertanyaan-pertanyaan di bawah ini **HANYA** panduan Tim Peneliti di lapangan untuk memperoleh data dan informasi, sehingga sangat dimungkinkan diimprovisasi sesuai kebutuhan dan kondisi di lapangan.
- ✓ Bapak/Ibu Tim peneliti dimohon untuk menanyakan semua pertanyaan di bawah ini
- ✓ Pertanyaan yang ditanyakan tidak harus berurut dan juga tidak harus sistematis sebagaimana pada daftar pertanyaan di bawah dan dapat disesuaikan dengan kondisi eksisting di lapangan, akan tetapi harus dipastikan bahwa semua informasi yang dibutuhkan pada daftar pertanyaan di bawah **HARUS** diperoleh
- ✓ Bapak/Ibu mohon merekam semua kegiatan wawancara, dan hasilnya dimohon untuk membuat transkripnya untuk diserahkan ke Ketua Tim

Pertanyaan	
1.	Bagaimana kondisi eksisting pariwisata di daerah Bapak/Ibu ini?
2.	Apasaja dan bagaimana aktivitas ekonomi masyarakat di daerah objek wisata budaya? Pada saat situasi normal sebelum Pandemi Covid 19 bagaimana? Pada saat Pandemi Covid 19 bagaimana?
3.	Apakah masyarakat lokal sekitar objek wisata terlibat dalam aktivitas

Pertanyaan	
	ekonomi dalam pemanfaatan pariwisata budaya atau pelaku usaha-usaha tersebut mayoritas masyarakat dari luar daerah?
4.	Apa yang harus dilakukan agar aktivitas ekonomi masyarakat dapat tumbuh dan berkembang?
5.	Adakah usaha Pemerintah Daerah bagi masyarakat untuk menumbuhkan aktivitas ekonomi dalam pemanfaatan pariwisata budaya?
6.	Apa permasalahan selama ini dalam upaya menjalankan usaha pariwisata?
7.	Apa saran Bapak/Ibu demi perbaikan kesejahteraan masyarakat dari aktivitas ekonomi di sektor pariwisata?

LAMPIRAN 4

LEMBAR WAWANCARA UNTUK WISATAWAN

Nama Informan : _____
 Umur : _____
 Jenis Kelamin : _____
 Alamat/Asal : _____
 Objek Wisata yang Dituju : _____

1. Apa tujuan Bapak/Ibu datang berkunjung ke objek wisata ini?
 - a. Rekreasi/liburan
 - b. Penelitian/Pendidikan
 - c. Olahraga
 - d. Ritual/Budaya
 - e. Lainnya (sebutkan).....
2. Apasaja yang menjadi kebutuhan konsumsi Bapak/Ibu di lokasi objek wisata?
 Dan berapa rata-rata biaya yang dikeluarkan?

Konsumsi Wisatawan terhadap usaha pariwisata	Respon		Biaya yang Dikeluarkan (Rupiah)
	Ya	Tidak	
1. Akomodasi dan sejenisnya (hotel/bungalow/home stay/lain lain Disebutkan apa..... ()			
2. Makanan dan minuman			
3. Angkutan KA			
4. Angkutan jalan raya			
5. Angkutan air			
6. Sewa kendaraan			
7. Agen perjalanan dan jasa reservasi			
8. Pertunjukan seni dan budaya			
9. Disebutkan apa..... ()			
10. Jasa rekreasi/hiburan Disebutkan apa..... ()			
11. Cinderamata			
12. Pertemuan, seminar,			

Konsumsi Wisatawan terhadap usaha pariwisata	Respon		Biaya yang Dikeluarkan (Rupiah)
	Ya	Tidak	
konferensi			
13. Belanja			
14. Bahan bakar dan pelumas			
15. Jasa Pramuwisata			
16. Lainnya Disebutkan apa..... ()			

LAMPIRAN 5

KEBUTUHAN DATA DOKUMEN

No.	Kebutuhan Data Dokumen	Keterangan	
		Ada	tidak ada
1.	Renstra & Renja 2021 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau sebutan lain;		
2.	Daftar usaha jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, misalnya: jasa biro perjalanan wisata, jasa agen perjalanan wisata, jasa pramuwisata; jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran; jasa impresariat; jasa konsultan pariwisata; jasa informasi pariwisata.		
3.	Daftar usaha hotel/motel/bungalow/bar/homestay/lain		
4.	Daftar usaha agen travel pariwisata		
5.	Daftar usaha: pengelolaan museum; pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala; pengelola goa; wisata agro; pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat; pengelolaan objek ziarah		
	Dokumen lain yang terkait (sebutkan).....		
6.			
7.			
8.			
9.			

Catatan: Bila data dokumen “ADA”, mohon Bapak/Ibu memberikan hardcopy/softcopy kepada tim peneliti saat peneliti berkunjung ke kantor OPD Bapak/Ibu

LAMPIRAN 6

LEMBAR OBSERVASI

Kabupaten/Kota : _____

Jenis Usaha :

1. Pengelolaan museum
2. Pengelolaan peninggalan sejarah dan purbakala
3. Pengelolaan pemandian air panas alami
4. Pengelolaan goa
5. Wisata agro
6. Pengelolaan permukiman dan/atau lingkungan adat
7. Pengelolaan objek ziarah

**Pilih 1 atau lebih sesuai usaha yang dikelola dengan
membubuhkan tanda (X) di nomor 1 -7 di atas**

Nama Usaha : _____

Instruksi:

Tuliskan apasaja aktivitas ekonomi masyarakat di sekitarnya sesuai dengan kondisi eksisting usaha di lapangan.

No.	Aktivitas Ekonomi Masyarakat di Sekitarnya
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	