

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA
PEMANDIAN AIR PANAS DESA HUTARAJA
KECAMATAN PANYABUNGAN SELATAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

OLEH:

**ARI KANITSYAH TANJUNG
208520044**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)23/12/25

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA
PEMANDIAN AIR PANAS DESA HUTARAJA
KECAMATAN PANYABUNGAN SELATAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)23/12/25

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ari Kanitsyah Tanjung
NPM : 208520044
Judul : Startegi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dr. Drs. Indra Muda, MAP

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ketua Program Studi



HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 17 September 2025



Ari Kanitsyah Tanjung
208520044

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Ari Kanitsyah Tanjung
NPM : 208520044
Program Studi : Administrasi Publik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal", beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalty noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan
Pada Tanggal: 17 September 2025
Yang menyatakan,

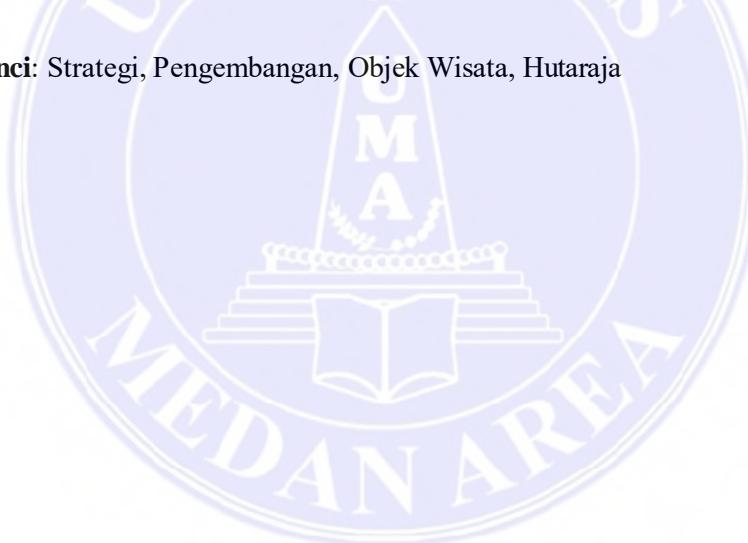


Ari Kanitsyah Tanjung
208520044

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata pemandian air panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal dan menganalisis faktor-faktor yang menghambat dan mendukung dalam pengembangan objek wisata pemandian air panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini dilaksanakan di Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan: (1) potensi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja sangat beragam diantaranya: kondisi air panas yang sangat jernih dan bersih, memiliki bentang alam yang indah dikelilingi oleh persawahan dan pengunungan, dan keadaan suhu udara yang cocok bagi pengunjung, dan (2) strategi pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja antara lain: menggerakkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), mendatangkan investor swasta dan pengusaha sebagai pemilik modal, memberikan pelatihan tentang keterampilan kepariwisataan kepada masyarakat, menata dan mendirikan tempat penjual makanan serta souvenir, menjalin kerjasama yang baik dengan pemerintah, dan menyusun program kegiatan desa tentang kepariwisataan.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, Objek Wisata, Hutaraja



ABSTRACT

Strategy Development Objects Tour Hot water bath Hutaraja in the District South Panyabungan Regency Mandailing Natal. Research This aiming For analyze strategy development object tour hot water bath forest in the sub-district the connection south regency Mandailing Christmas and analyze inhibiting factors And support in development object tour hot water bath forest in the sub-district the connection south regency Mandailing Christmas. Study This held at the Hot Springs Hutaraja in the District South Panyabungan Regency Mandailing Natal. Technique data collection used is interviews, observations, and documentation with use technique descriptive data analysis qualitative . Results study shows : (1) potential object tour Hot water bath The King very diverse including : very hot water conditions clear And clean , have span beautiful nature surrounded by rice fields And mountains , and condition temperature suitable air for visitors , and (2) strategy development object tour Hot water bath The King among others: moving Owned Enterprise Village (BUMDes), brings in private investors And businessman as capital owners , provide training about skills tourism to society , organize And to establish place seller food and souvenirs, weaving good cooperation with government , and compile a program of activities village about tourism

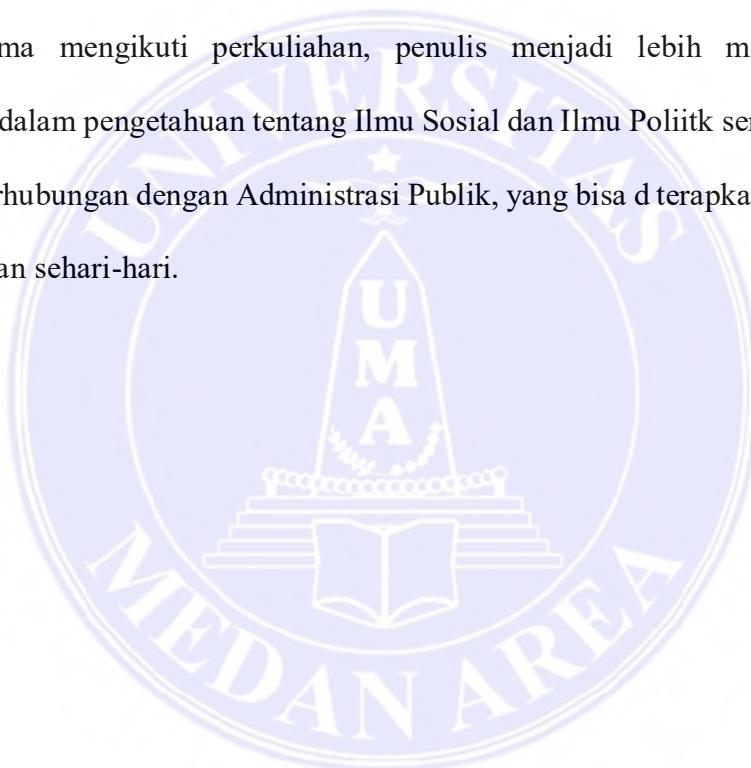
Keywords: Strategy , Developmenst, Tourist Attractions, Hutaraja



RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan di Kota Medan Pada Tanggal 28 Oktober 2001 dari ayah Ir. Paisman Dan ibu Syafrida Rangkuti B.A, penulis merupakan putra tunggal. Tahun 2019 penulis lulus dari SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan dan pada tahun 2020 juga penulis mendaftar sebagai mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas medan area jurusan Administrasi Publik .

Selama mengikuti perkuliahan, penulis menjadi lebih memahami serta memperdalam pengetahuan tentang Ilmu Sosial dan Ilmu Poliitk serta berbagai hal yang berhubungan dengan Administrasi Publik, yang bisa d terapkan penulis dalam kehidupan sehari-hari.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah Startegi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.

Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan dukungan dan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Medan Area, Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M. Sc selaku penanggungjawab penuh terhadap proses belajar mengajar di lingkungan Universitas Medan Area, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Bapak Dr. Walid Musthafa S,S.Sos, M.IP selaku penanggungjawab di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Ketua jurusan Dr. Drs. Indra Muda, MAP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Amas Mashuddin, S. AP, MAP selaku sekretaris yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan tenaga, waktu maupun materi serta doa terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Seluruh teman-teman yang berhimpun dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Administrasi Publik (HIMAP FISIP UMA) yang telah

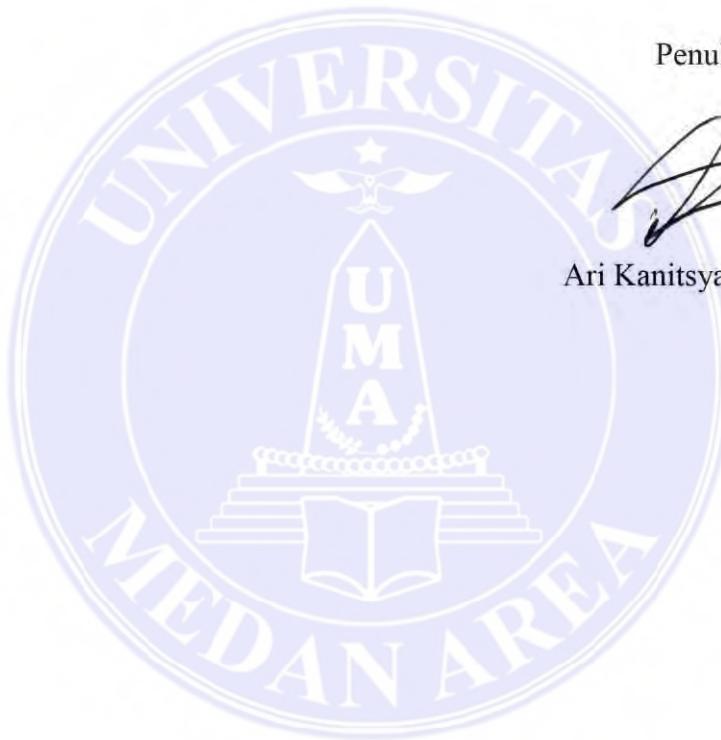
memberikan semangat dan berbagi ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekuarangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran maupun kritik serta motivasi yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Semoga skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi setiap orang yang membutuhkannya, terima kasih.

Penulis



Ari Kanitsyah Tanjung



DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Manajemen Strategi	9
2.1.1 Definisi Manajemen Strategi	9
2.1.2 Definisi Strategi	11
2.1.3 Dimensi Strategi	12
2.1.4 Implementasi Strategi	14
2.2. Pariwisata	16
2.2.1 Pengertian Pariwisata	16
2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata	19
2.2.3 Komponen Dasar Pariwisata	22
2.2.4 Sistem Pariwisata	23
2.2.5 Komunikasi Pariwisata	24
2.2.6 Komunikasi Pemasaran Pariwisata	27
2.3. Pengembangan Objek Wisata	32
2.3.1 Pengembangan	32
2.3.2 Objek Wisata	33

2.3.3 Potensi Wisata	34
2.3.4 Pengembangan Objek Wisata.....	38
2.4. Prinsip-Prinsip Dasar Pengelolaan Pariwisata	42
2.5. Definisi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)	43
2.6. Kebijakan dan Strategi Pemabngunan Pariwisata	44
2.7. Pemandian Ai Panas Hutaraja.....	46
2.8. Analisis SWOT	47
2.9. Penelitian Terdahulu.....	49
2.10. Kerangka Berpikir	53
III. METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1. Jenis Penelitian.....	54
3.2. Sifat Penelitian	54
3.3. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	55
3.4. Informan Penelitian.....	56
3.5. Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Wawancara.....	57
3.5.2 Observasi.....	57
3.5.3 Dokumentasi	58
3.6. Teknik Analisis Data	58
3.6.1 Reduksi Data.....	59
3.6.2 Penyajian Data.....	60
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	61
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Hasil Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Panyabungan Selatan	62
4.1.2 Jumlah Penduduk Kabupaten Mandailing Natal.....	64
4.1.3 Jumlah Kepala Keluarga Kabupaten Mandailing Natal	66
4.1.4 Gambaran Umum Desa Hutaraja.....	66
4.1.5 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kabupaten	
Mandailing Natal.....	68

4.1.6 Visi dan Misi Pemerintahan Kabupaten Mandailing Natal 2021-2026.....	70
4.1.7 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal.....	71
4.1.8 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal	72
4.1.9 Fasilitas dan Daftar Pengunjung Pemandian Air Panas Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.....	74
4.2. Pembahasan	79
4.2.1 Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.....	79
4.2.2 Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.....	93
V. SIMPULAN DAN SARANAN	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Analisis SWOT	49
2.	Jadwal Penelitian	55
3.	Informan Penelitian	56
4.	Matriks SWOT	60
5.	Jumlah Penduduk Kabupaten Mandailing Natal 2022-2023	64
6.	Jumlah Kepala Keluarga Kabupaten Mandailing Natal 2022-2023.....	66
7.	Fasilitas Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.....	74
8.	Data Pengunjung Wisata Di Kabupaten Mandailing Natal 2020	77
9.	Data Pengunjung Wisata Di Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2021	77
10.	Data Pengunjung Wisata di Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2022	77
11.	Data Pengunjung Wisata di Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2023	78
12.	Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja	80
13.	Matriks SWOT Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja.....	89

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Kerangka Berpikir	53
2.	Kegiatan Analisis Data	59
3.	Peta Kecamatan Panyabungan Selatan.....	63
4.	Kantor Balai Desa Hutaraja.....	67
5.	Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal.....	69
6.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten MandailingNatal.....	71



BAB I

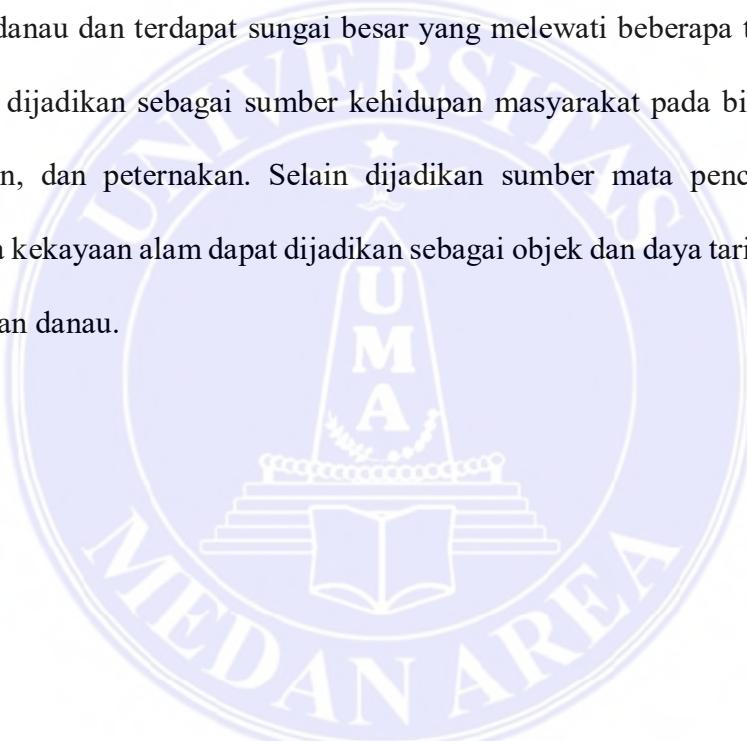
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting guna meningkatkan perekonomian suatu negara. Sektor pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi, penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan standar hidup serta menstimulasi sektor sektor produktif lainnya. Sebagai sektor yang kompleks pariwisata juga mampu merealisasi industri industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan industri cinderamata. Selain itu tempat penginapan dan transportasi secara strategis juga dipandang sebagai industri. Pariwisata membawa pengaruh besar terhadap peningkatan perekonomian suatu negara, oleh karena itu banyak upaya yang di lakukan dalam meningkatkan daya tarik suatu negara. Seperti hal nya Indonesia, beberapa tahun terakhir ini Indonesia sedang gencar gencarnya membangun sektor pariwisatanya

dengan membangun Kawasan Strategis Pariwisata Negara (KSPN), guna mencapai tujuan tersebut pemerintah Indonesia merencanakan pembangunan 10 daerah pariwisata baru yang terletak di beberapa kawasan yang ada di indonesia.

Kabupaten Mandailing Natal merupakan daerah yang dapat dikembangkan dalam sektor pariwisata. Wilayah ini kaya sumber daya alam hutan yang menyimpan banyak keberagaman flora dan fauna, kelimpahan sumber daya air, banyak danau dan terdapat sungai besar yang melewati beberapa tempat. Sumber daya ini dijadikan sebagai sumber kehidupan masyarakat pada bidang pertanian, perikanan, dan peternakan. Selain dijadikan sumber mata pencaharian utama, beberapa kekayaan alam dapat dijadikan sebagai objek dan daya tarik wisata seperti sungai dan danau.



Objek wisata alam yang ada di Kabupaten Mandailing Natal yang sudah dikelola dan banyak dikunjungi wisatawan baik domestik maupun mancanegara seperti Keindahan Gunung Sorik Marapi, Pemandian Air Panas Sibanggor dan Hutaraja, Danau Marambe, Taman Nasional Batang Gadis, Sampuraga, Bendungan Batang Gadis, Payabulan, Pantai Natal, Tapian Siri-Siri Syariah, Taman Raja Batu, dan Beranda Madina yang ada di Panyabungan. Pemandian Air Panas Hutaraja merupakan salah satu daya tarik wisata potensial di Kabupaten Mandailing Natal. Pemandian Air Panas Hutaraja terletak di Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal. Tempat ini masih alami dan memiliki udara sangat sejuk, keadaan Air Panas yang sangat jernih berasal dari kawah Gunung Sorik Marapi. Pemandian Air Panas ini sangat indah karena pertanian sawah yang hijau, jejeran Bukit Barisan dan panorama Gunung Sorik Marapi. Dari Kota Panyabungan menuju lokasi ini dapat ditempuh selama 30 menit.

Pada tahun 2003 Dinas Pariwisata Madina dalam pengembangan masih berfokus pada destinasi pemandian Aek Milas Di Desa Hutaraja, Kecamatan Panyabungan Selatan. Pada pemandian air panas itu sedang dilakukan pembangunan sejumlah sarana pendukung seperti pembangunan kamar mandi, kantor, gazebo, dan akses. Dalam pengembangan destinasi wisata Dinas Pariwisata Madina juga melaksanakan even-even budaya ditempat-tempat wisata sebagai sarana untuk mempromosikan, selain itu melaksanakan pemberdayaan kelembagaan, pengembangan sumber daya manusia seperti penambahan personel pegawai dan mengikuti sosialisasi dan diklat. Dan juga mendorong masyarakat agar memebentuk kelompok-kelompok sadar wisata di desa dan kecamatan yang

mempunyai objek wisata. Dan bagi masyarakat yang ada disekitar objek wisata kita latih membuat kerajinan tangan dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di lokasi wisata. Bantuan hibah berupa uang kepada BUMDes Di Desa Hutaraja Pada APB/ P. APBD Provinsi Sumatera Utara Tahun Anggaran 2023 Sebesar Dua ratus juta rupiah Rp. 200.000.000 Sedangkan pemilikan Modal Awal BUMDES sebesar lima puluh dua tujuh juta tujuh ratus rupiah Rp.52.007.700.

Banyak masyarakat setempat yang kurang mengetahui potensi wisata pemandian air panas ini dengan baik sesuai fungsinya, seperti ada sebagian penduduk desa yang datang kelokasi objek wisata air panas dengan tujuan sebenarnya bukan hanya menikmati pemandian air panas melainkan mereka datang dengan membawa beberapa pakaian kotor untuk di cuci ditempat tersebut. Hal ini tentu saja membuat pengunjung yang datang berwisata merasa tidak nyaman karena air yang mereka gunakan untuk mandi tercemar air cucian dan tidak terjaganya kebersihan disekitar pemandian karena banyak terdapat sampah.

Selain itu, upaya pengembangan objek wisata yang sudah masuk kedalam daftar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ini juga belum dikelola dan ditingkatkan pemanfaatan potensinya menjadi lebih maksimal. Pemandian air panas ini memiliki potensi yang menarik dan unik yang layak untuk dikembangkan dan dimanfaatkan menjadi lebih baik dalam menarik minat wisatawan. Sehubungan dengan itu perlu dikaji strategi pengembangan objek wisata pemandian air panas menjadi kawasan wisata di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal dan melihat tingkat potensi yang dimiliki atau yang tersedia di lokasi pemandian air panas tersebut untuk dapat dikembangkan kedepannya sebagai sebuah objek wisata.

Pemandian Air Panas Hutaraja merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di desa hutaraja, Kecamatan Panyabungan Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Daya tarik tempat ini yaitu airnya mengalir seperti sungai yang sangat jernih dan bersih yang berasal dari Gunung Sorik Marapi. Pemandian air panas ini sudah terkenal di Kabupaten Mandailing Natal dan juga banyak pengunjung yang datang dari luar daerah seperti dari daerah Pasaman, Panti, Bukit Tinggi dan beberapa daerah sebagian besar untuk berobat untuk kesembuhan penyakit penyakit baik gatal-gatal, stroke, diabetes, dan lainnya. Lokasi yang berada di wilayah pedesaan dan jarak dari jalan besar terbilang luamayan jauh, kondisi jalan juga masih belum ada pembangunan terkain kerusakan jalan yang mengakibatkan minat pengunjung agak berkurang. Sumber daya manusia BUMDes aek milas dano masih terasa kurang di bidang pengelolaan objek wisata oleh karena itu di harapkan adanya pembangunan infranstruktur jalan menuju lokasi objek wisata. Adanya seminar-seminar yang diadakan oleh dinas terkait sangat membantu untuk pengembangan sumber daya manusia yang ada di struktur organisasi BUMDes aek milas dano hutaraja. Pemuda Desa Hutaraja masih banyak yang belum memiliki pekerjaan mengurangi pengangguran maka dengan adanya BUMDes aek milas dano diharapkan agar pemuda di desa hutaraja ikut serta dalam pengeloaan objek wisata sebagai karyawan pengelola onjek wisata aek milas dano hutaraja.

Namun pengembangan Pemandian Air Panas Hutaraja belum optimal.kurangnya kepedulian Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal dalam melakukan pengelolaan, perawatan, dan pengembangan wisata. Selain itu partisipasi masyarakat dalam menjaga keindahan objek wisata ini yang masih

minim dan menganggap tempat ini sebagai pemandian biasa saja tanpa melihat sisi keuntungan dari keberadaan tempat ini. Jika masyarakat mengelola tempat ini menjadi tempat nyaman bagi pengunjung yang datang bisa memberdayakan masyarakat sendiri dan bias menjadi peluang pendapatan masyarakat dan juga pendapatan asli daerah (PAD).

Apabila tempat Pemandian Air Panas ini dikelola dengan baik bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung dan banyak khalayak ramai yang mengetahui tempat ini sehingga yang berkunjung tidak hanya masyarakat sekitar akan tetapi, bisa juga berasal dari daerah lain bahkan wisatawan luar daerah dan mancanegara. Bila pengelolaannya masih begitu saja, secara otomatis yang datang berkunjung hanya masyarakat lokal saja dan beberapa daerah disekitaran Desa Hutaraja. Perumusan strategi pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja perlu dilakukan guna meningkatkan kualitasnya yaitu dengan menggunakan SWOT. Analisis SWOT merupakan kombinasi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka perlu dikaji secara mendalam strategi pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal?

2. Apakah Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.
2. Menganalisis Faktor-Faktor Yang Menghambat Dan Mendukung Dalam Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan bagi masyarakat di Desa Hutaraja Kabupaten Mandailing Natal sebagai usaha untuk mengembangkan pariwisata, selain itu juga sebagai bahan masukan bagi pihak pemerintah daerah maupun pemerintahan pusat untuk menentukan perumusan kebijakan di sektor pariwisata. Semoga penelitian ini dapat menambah khasanah keilmuan bidang pariwisata dan bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pariwisata di hutaraja.

1. Secara Teoritis diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi tambahan dalam bidang ilmu manajemen Administrasi Publik, khususnya dalam manajemen Administrasi Publik. Diharapkan dapat memperoleh tambahan pengetahuan serta informasi dari penelitian ini.

2. Secara Praktis dapat memberikan masukan dan bahan referensi dalam meneliti tentang strategi pengembangan objek wisata. Penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk dapat meningkatkan pengembangan objek wisata pemandian air panas hutaraja di kecamatan panyabungan selatan. Penelitian ini bisa dijadikan sarana promosi objek wisata.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

2.1.1 Definisi Manajemen Strategi

Menurut Hitt, dkk dalam Ramli dan Kartini (2022:1) mengemukakan sebuah strategi merupakan sebuah aksi dan komitmen yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk mengeksplorasi kompetensi inti untuk mendapatkan keunggulan. Sementara itu menurut David (2016:3), Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasikan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya.

Tujuan manajemen strategi adalah untuk menemukan dan menciptakan kesempatan yang baru serta berbeda untuk esok; perencanaan jangka panjang (long-range planning), sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan tren esok berdasarkan tren saat ini. Dilansir dari Harvard Business Review, seorang Professor Harvard University bernama Michael Porter menyebutkan bahwa manajemen strategi adalah pendekatan posis unik dan berharga yang diperoleh dengan melakukan serangkaian kegiatan. Porter juga menyebutkan bahwa dalam merumuskan strategi bersaing harus mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, nilai pribadi, peluang dan ancaman industri, serta harapan masyarakat.

Menurut Susanto (2014:33) manajemen strategi adalah bagaimana menganalisis suatu kondisi dan arah mana yang harus dituju oleh para perencana strategi (manajer/manajemen) dalam menentukan sasaran sehingga pengambilan

keputusan efektif dan efisien dapat dicapai. Menurut Coulter (2014:301) manajemen strategi adalah perencanaan dari bagaimana organisasi tersebut akan menjalankan sebuah strategi untuk mengetahui kapan strategi baru yang diperlukan dalam kejadian tertentu, dengan berfokus kepada kepentingan organisasi dalam mengembangkan strategi yang lebih *flexible, innovative, and sustainability advantage*. Kebutuhan untuk melakukan memilah dan mengadaptasi untuk lingkungan bisnis yang berubah, koordinasi dari berbagai unit organisasi akan membantu untuk focus kepada tujuan organisasi. Proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Besarnya peranan manajemen strategi semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding sebelumnya.

Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas di antara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif. Perencanaan berskala besar (perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang atau jasa serta pelayanan) berkualitas, diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (strategi) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi (Nawawi 2005:148-149).

Implementasikan strategi termasuk mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan

memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi. Suksesnya implementasi strategi terletak pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan. Manajemen strategi merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, disertai penetapan cara aplikasinya yang dibuat pimpinan dan dilaksanakan seluruh pihak terlibat di suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategi suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen saling berkaitan dan mempengaruhi antara satu dan lainnya serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama.

Manajemen strategi berarti membicarakan hubungan antara organisasi dengan lingkungannya, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Memberi petunjuk bagaimana menghadapi dan menanggulangi perubahan yang terjadi dalam lingkungan internal dan eksternal; dan memberi petunjuk kepada eksekutif dalam upaya memengaruhi dan mengendalikan lingkungan sehingga tidak sekedar reaktif terhadapnya, agar organisasi tetap mampu mengenalikan arah perjalanananya menuju sasaran yang dikehendaki. Perkembangan konsep manajemen strategi adalah pemikiran tentang sistem perencanaan strategi. Sistem perencanaan yang efektif sangat diperlukan untuk merespon perubahan lingkungan eksternal dan untuk mengorganisasi sumber daya bagi peningkatan kinerja.

2.1.2 Definisi Strategi

Pengertian “strategi” bersumber dari kata Yunani Klasik, yakni “*Strategos*” (jenderal), yang pada dasarnya diambil dari pilahan kata-kata Yunani untuk “pasukan” dan “memimpin”. Penggunaan kata kerja Yunani yang

berhubungan dengan “*strategos*” ini dapat diartikan sebagai “perencanaan dan pemusnahan musuh-musuh dengan menggunakan cara yang efektif berlandaskan sarana-sarana yang dimiliki” (Heene dalam Asriandy 2016).

Ohmae dalam Kurniawan dan Hamdani (2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultasi manajemen tersohor dan penulis buku *The End Of Nation State*: “Strategi adalah keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang efisien.

Tregoe dan Zimmerman dalam Ariandy (2016) medefinsikan strategi sebagai: “kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan arah serta karakteristik suatu organisasi”. Startegi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran itu. (Chandler, 1962 dalam MSDM Strategik) Elemen strategi ialah:

1. Tujuan jangka panjang, yaitu pengembangan wawasan jangka panjang dan menetapkan kemampuan untuk mencapainya.
2. Sumber keunggulan, yaitu pengembangan pemahaman yang dalam tentang pemilihan pasar dan pelanggan oleh organisasi yang juga menunjukkan cara terbaik untuk berkompetisi dengan pesaing di dalam pasar. (Dirgantoro, 2001:6)

2.1.3 Dimensi Strategi

Menurut Quinn, Mintzberg, Lampel, Ghoshal dalam Asriandy (2016), bahwa analisis strategi militer diplomatic dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa kawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat

dan desain strategi formal. Pertama, Strategi yang efektif mengandung tiga unsur penting:

Tujuan, merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya dimana ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita dapat mengetahui starategi yang akan digunakan.

Kebijakan, merupakan rangkaian keputusan yang membimbing dan membatasi tindakan yang dilakukan. Kebijakan dibuat untuk menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan sehingga pembuatan kebijakan lebih memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan suatu strategi.

1. Program, merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan ditetapkan dapat terlaksana dengan maksimal. Strategi menentukan arah keseluruhan dan tindakan fokus organisasi, formulasinya tidak dapat dianggap sebagai generasi belaka dan keselarasan program untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan pembangunan merupakan bagian integral dari strategi formulasi.
2. Kedua, strategi efektif mengembangkan beberapa konsep, kunci dan dorongan yang memberi mereka kohesi, keseimbangan, dan fokus.

Beberapa tekanan bersifat sementara: lain yang dilakukan melalui strategi tahap akhir. Sumber daya harus dialokasikan dalam pola-pola yang menyediakan sumber daya yang cukup untuk setiap dorongan untuk berhasil terlepas dari rasio biaya relatif/keuntungannya. Unit organisasi harus terkoordinasi dan tindakan-tindakan yang dikendalikan untuk mendukung pola dorong yang dimaksudkan atau strategi total.

3. Ketiga, strategi berkaitan tidak hanya dengan tak terduga, tetapi juga dengan tidak dapat diketahui. Untuk strategi perusahaan, analisis tidak bisa meramalkan cara yang tepat di mana semua kekuatan bias berinteraksi satu sama lain. terdistorsi oleh sifat atau emosi manusia, atau dimodifikasi oleh imajinasi dan tujuan aksi balasan lawan cerdas. Tindakan rasional atau bagaimana rangkaian acara yang tampaknya aneh dapat berkonspirasi untuk mencegah atau membantu keberhasilan.

2.1.4 Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah sebuah proses yang mana strategi dan kebijakan diarahkan kedalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses ini memerlukan perubahan dalam budaya, struktur, dan sistem manajemen pada seluruh organisasi atau perusahaan (Wheelen dan Hunger, 2012:69).

1. Program

Program adalah pernyataan antivitas-aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan

restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan, atau awal dari suatu usaha penelitian baru.

2. Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Anggaran tidak hanya memberikan perencanaan rinci dari strategi baru dalam tindakan, tetapi juga menentukan dengan laporan keuangan performa yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan.

3. Prosedur

Prosedur yang kadang disebut Standard Operating System (SOP). Prosedur adalah sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Prosedur secara khusus merinci berbagai aktifitas yang harus dikerjakan untuk menyelesaikan program-program perusahaan. Setelah sebuah strategi diformulasikan, strategi tersebut harus dikembangkan secara logis dalam bentuk tindakan. Tahap inilah yang disebut dengan implementasi strategi. Masalah implementasi ini cukup rumit, oleh karena itu agar penerapan strategi organisasi dapat berhasil dengan baik, manajer harus memiliki gagasan yang jelas tentang isu-isu yang berbeda dan bagaimana cara mengatasinya. Dalam tahap ini masalah struktur organisasi, budaya perusahaan dan pola kepemimpinan akan dibahas secara lebih mendalam.

Menurut Amirullah dan Budiyono (2003:49) implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan

melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Tindakan pengelolaan bermacam-macam sumber daya organisasi dan manajemen yang mengarahkan dan mengendalikan pemanfaatan sumber-sumber daya perusahaan (keuangan, manusia, peralatan dan lain-lain) melalui strategi yang dipilih. Implementasi strategi diperlukan untuk memperinci secara lebih jelas dan tepat bagaimana sesungguhnya pilihan strategi yang telah diambil direalisasikan.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut A.J Burkut dalam Damanik (2006), parwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan.

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olahraga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Suwantoro, 2004:3-4).



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Menurut mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Youti, (1991:103).

Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “reavel” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar- putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahsa Inggris didebut juga dengan istilah “Tour”.

Menurut Mill dan Morisson (1985). Ada beberapa variabel sosioekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

a. Umur

Hubungan antara pariwisata dan juga umur mempunyai dua komponen yaitu: besarnya waktu luang dan aktifitas yang

berhubungan dengan tingkatan umur tersebut. Terdapat juga beberapa perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang lebih tua dengan kelompok yang lebih muda.

b. Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor terpenting dalam membentuk permintaan untuk mengadakan sebuah perjalanan wisata. Bukan hanya perjalanan itu sendiri yang memakan biaya wistawan juga harus mengeluarkan uang untuk jasa yang terdapat pada tujuan wisata dan juga di semua aktifitas selama mengadakan perjalanan.

c. Pendidikan

Tingkat pendidikan mempengaruhi tipe dari waktu yang luang untuk digunakan dalam perjalanan yang dipilih. Selain itu juga pendidikan merupakan suatu motivasi untuk melakukan perjalanan wisata. Dapat juga disimpulkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pandangan seseorang dan memberikan lebih banyak pilihan yang bisa diambil oleh seseorang.

Sedangkan berdasarkan undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia tuhan yang maha esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan juga budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Definisi pariwisata memang tidak pernah persis diantara para ahli. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik.

Berdasarkan definisi pariwisata diatas maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai cirri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi).
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya tarik wisata.
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata.
4. Pelaksana perjalananan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara.
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan,khususnya daerah tujuan segi sosiala budaya,ekonomi dan lingkungan

Hakikatnya pariwisata adalah proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergian adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwantoro, 2004:15).

2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Setiap wisatawan yang melakukan pariwisata memiliki motif tersendiri terutama dalam hal wisatawan luar daerah. Perbedaan motif-motif tersebut

tercermin dengan adanya berbagai jenis pariwisata karena suatu daerah maupun suatu Negara pada umumnya dapat menyajikan berbagai atraksi wisata yang akan berpengaruh pada fasilitas yang perlu disiapkan dalam pembangunan maupun program promosi maupun periklanannya. Jenis-jenis pariwisata yang dikenal saat ini antara lain (Muljadi, 2009:39-44).

a. Wisata Budaya

Wisata budaya adalah suatu kegiatan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

b. Wisata Industri

Wisata industri adalah perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam kesuatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian. Hal ini banyak dilakukan dinegara-negara yang telah maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah-daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara massal dinegara itu.

c. Wisata Sosial

Wisata sosial adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan, misalnya bagi kum buruh, pemuda, pelajar, mahasiswa, petani dan sebagainya. Organisasi ini berusaha untuk membantu mereka yang mempunyai kemampuan terbatas dari segi finansialnya untuk

mempergunakan kesempatan linur atau cuti mereka dengan mengadakan perjalanan yang dapat menambah pengalaman serta pengetahuan mereka, dan sekaligus juga dapat memperbaiki kesehatan jasmani dan mental mereka.

d. Wisata Pertanian

Wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya. Dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayor dan palawija dan sekitar kebun yang dikunjungi.

e. Wisata Maritim atau Wisata Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan jenis wisata air, lebih-lebih danau, bengawan, pantai, teluk atau laut lepas, seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetensi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat taman laut dengan pemandangan yang indah dibawah permukaan air, serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negaranegara maritim.

f. Wisata Cagar

Alam Jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang menghususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ketempat cagar alam, taman lindung, hutan, daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan,

keajaiban hidup binatang marga satwa, yang langka serta tumbuhan-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.

2.2.3 Komponen Dasar Pariwisata

Menurut Inskeep dalam Suryadana dan Octavia (2015:33) diberbagai literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata dimana komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen tersebut dikelompokkan sebagai berikut:

1. Atraksi dan Kegiatan-kegiatan Wisata

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yangberhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan daerah dankegiatan lainnya yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata.

2. Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagaijenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk parawisatawan.

3. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata di dalamnya termasuk tour and travel operations (pelayanan penyambutan) misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko cinderamata, kantor informasiwisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, danfasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi danbea cukai).

4. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

5. Infrastruktur Lain

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi.

6. Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk perencanaan tenaga kerja, program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum daswasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

2.2.4 Sistem Pariwisata

Menurut Jordan dalam Leiper (2004:48) sistem pariwisata adalah tatanan komponen dalam industri pariwisata dimana masing-masing komponen saling berhubungan dan membentuk sesuatu yang bersifat menyeluruh. Sedangkan Bertalanffy dalam leiper (2004:48) mendefinisikan sistem sebagai satu kesatuan elemen yang terkait satu sama lain di dalamnya dan dengan lingkungannya. Untuk mempertajam analisis mengenai sistem pariwisata, Prosser dalam Mason (2004:12) membagi sistem pariwisata dalam empat subsistem yaitu pasar

pariwisata, informasi, promosi, dan petunjuk lingkungan tujuan wisata, transportasi dan komunikasi.

Sistem pariwisata menurut Hall dalam Suryadana dan Octavia (2015:44) terdiri dari dua bagian besar yaitu supply dan demand dimana masing-masing bagian merupakan subsistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Subsistem demand (permintaan) berkaitan dengan budaya wisatawan sebagai individu. Latar belakang pola perilaku wisatawan dipengaruhi oleh motivasi baik fisik, sosial, budaya, spiritual, fantasi, dan pelarian serta didukung oleh informasi, pengalaman sebelumnya, dan kesukaan yang akan membentuk harapan dan image. Motivasi, informasi, pengalaman sebelumnya, kesukaan, harapan, dan image wisatawan merupakan komponen dari subsistem permintaan sebagai bagian dari sistem pariwisata. Supply sebagai subsistem dari sistem pariwisata terdiri dari komponen seperti industri pariwisata yang berkembang, kebijakan pemerintah baik nasional, bagian regional maupun lokal, aspek sosial budaya serta sumber daya alam dimana masing-masing sub sistem sebenarnya juga merupakan sistem tersendiri yang berinteraksi ke dalam dan keluar. Baik supply maupun demand akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata.

2.2.5 Komunikasi Pariwisata

Istilah Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu perubahan tempat tinggal karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah (Chatamallah, 2005:397). Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan

informasi tentang perjalanan ke suatu daerah/ objek wisata. Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah bisa dikatakan merupakan suatu gejala yang kompleks di dalam masyarakat. Disini terdapat suatu ketertarikan antara daerah objek wisata yang memiliki daya tarik, masyarakat atau penduduk setempat, dan wisatawan itu sendiri. Sejak dahulu kegiatan pariwisata sudah banyak dilakukan oleh masyarakat, baik di dunia maupun di Indonesia. Di Indonesia sendiri kata pariwisata mulai memasyarakat pada tahun 1958, yaitu setelah diadakannya Musyawarah Nasional Tourism II di Trebes Jawa Timur pada tanggal 12 sampai dengan 14 Juni 1958.

Jadi kata pariwisata dapat diartikan sebagai pejalan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Untuk memperjelasnya, maka dapat disimpulkan definisi pariwisata adalah sebagai berikut: (Yoeti, 2008:109) "pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yakni diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan reaksi atau untuk memenuhi keinginan yang beragam. Robert Melntosh bersama Shasikant Gupta juga mencoba mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan daerah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya (Pendit, 2002:31).

Pada masa pra-Perang dunia ke II, tidak banyak wisatawan yang ada pada umumnya berasal dari mereka yang memiliki status sosial ekonomi tinggi.

Pariwisata menjadi milik mereka yang berkelas elite saja sehingga hal ini menelelurkan istilah pariwisata aristokrasi khususnya, sebab ini hanya dapat dinikmati secara istimewa oleh sekelompok kecil masyarakat (minoritas). Para era sekarang ini Pariwisata dipandang sebagai bisnis modren dikarenakan konsep pariwisata yang mendefenisikan dirinya sebagai produk bisnis modren. Jadi semua produk pariwisata di desain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, atraksi seni dalam paket-paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang dan mengesankan (Bungin, 2015:85).

Pariwisata modren dapat diklarifikasi dalam beberapa komponen penting, yaitu:

1. Destinasi, - transportasi, - pemasaran pariwisata, - sumber daya.

Dalam perspektif yang lain, pemerintah Indonesia mengklarifikasi komponen pariwisata ke dalam beberapa bagian penting seperti:

2. Industri pariwisata, - destinasi pariwisata, - pemasaran pariwisata, dan - kelembangan pariwisata.

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia pariwisata sebagai kompleks produk, memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015: 86 dan 88).

Komunikasi membantu pemasaran pariwisata diberbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan baik di media komunikasi maupun konten komunikasi. Di media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata. Komunikasi pariwisata juga dijadikan sebagai disiplin ilmu. Sebagai disipin ilmu, komunikasi telah berperan begitu pesat, terutama di Indonesia. Setelah reformasi, kajian-kajian komunikasi tumbuh subur dan berkembang secara multilinear membangun disiplin-disiplin ilmu baru yang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi, (Bungin, 2015: 92).

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang diwaktu –waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksasi kajian di komunikasi pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, public relation dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata. (Bungin:94-97):

2.2.6 Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Komunikasi inim mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh

membincangkan TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

1. Brand Destinasi

Brand Destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam kelompok konteks brand produk destinasi, dimana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri didalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya didalam konteks pemasaran pariwisata.

2. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Bagaimana peran pemimpin, bagaimana mengelola anggaran dan mengelola alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata. Terpenting pula disini bagaimana memenuhi berbagai macam saluran media komunikasi yang digunakan didalam komunikasi pariwisata.

3. Komunikasi Transportasi

Pariwisata Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka ketika akan berwisata. Karena itu, perhatian khusus dibidang ini sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluransaluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan.

4. Komunikasi visual pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena itu bidang akan selalu berkembang dimasa depan dimana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni dan kebebasan berkreasi.

5. Komunikasi kelompok pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi.penguasa venue, atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pandu wisata.

6. Komunikasi online pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak saja dapat digunakan sebagai media pemasaran, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (upload) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (download), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi.

7. *Public relations* dan MICE

Bidang *Public Relations* dan MICE adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi.

8. Riset Komunikasi

Pariwisata Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset pada bidang-bidang kajian objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata.

9. Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik (2006:19-24) adalah:

- 1) Wisatawan; adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
- 2) Industri Pariwisata/Penyedia Jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
 - a. Pelaku Langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain.
 - b. Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.
- 3) Pendukung Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada

wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk di dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM dan sebagainya.

- 4) Pemerintah; sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing.
- 5) Masyarakat Lokal; adalah masyarakat yang bermukin di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya mereka yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokal merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan. Air, tanah, hutan dan lanskap merupakan sumberdaya pariwisata yang dikonsumsi oleh wisatawan dan pelaku wisata lainnya berada di tangan mereka. Kesenian yang menjadi salah satu daya tarik wisata juga hampir sepenuhnya milik mereka. Oleh sebab itu, perubahan-perubahan yang terjadi di kawasan wisata akan bersentuhan langsung dengan kepentingan mereka.
- 6) Lembaga Swadaya Masyarakat; merupakan organisasi non-pemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di

berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan Orang Utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara atau di Tanjung Putting Kalimantan Selatan, Kelompok Pecinta Alam, Walhi, dan lain-lain.

2.3 Pengembangan Objek Wisata

2.3.1 Pengembangan

Ada beberapa pendapat para ahli tentang arti dari pengembangan itu sendiri. Menurut Paturusi (2001) mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Selanjutnya Suwantoro (2004:120) pengembangan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Sedangkan Poerwadarminta (2002:474). Lebih menekankan kepada suatu proses atau suatu cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik sempurna dan berguna. Disamping itu pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas rumah. Dengan adanya pembangunan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut.

Dengan kata lain pengembangan pariwisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur, wisatawan dan penduduk setempat akan saling diuntungkan. Pengembangan tersebut hendaknya sangat memperhatikan berbagai aspek, seperti;

aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah tujuan wisata. Pada dasarnya pengembangan pariwisata dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan permasalahan (Mill, 2000: 168) Pengembangan pariwisata secara mendasar memperhatikan beberapa konsep seperti:

1. Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan,
2. Pembangunan Wilayah Terpadu dan Pengembangan Produk Wisata;
3. Pembangunan Ekonomi Pariwisata; serta
4. Pengembangan Lingkungan.

2.3.2 Objek Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Mappi, 2001: 30). Dalam Undang-Undang No.9 Tahun, obyek dan daya tarik wisata adalah segala yang menjadi sarana perjalanan wisata.

Menurut Chafid Fandeli (2000:58) dalam skripsi Nining Yuningsih (2005:18), objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan obyek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan

hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan Kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler atau visitor (I Gde Pitana& I Ketut Surya, 2009:35).

Menurut Mappi (200:30-33) Objek wisata dikelompokan ke dalam tiga jenis, yaitu:

1. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
3. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

2.3.3 Potensi Wisata

Menurut Soleh (2017), potensi adalah daya, kekuatan, kesanggupan, kemampuan, dan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan. Jadi, potensi desa adalah daya, kekuatan, kesanggupan, dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu desa yang mempunyai kemungkinan untuk dapat

dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Potensi desa dapat dibedakan menjadi dua: (1) potensi fisik, berupa tanah, air, iklim, lingkungan geografis, binatang ternak, dan sumber daya manusia, (2) potensi non fisik, berupa masyarakat dengan corak dan interaksinya, lembaga-lembaga sosial, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial desa, serta aparatur, dan pamong desa (Soleh, 2017). Menurut Soleh (2017), potensi desa dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Potensi Fisik

Potensi fisik adalah potensi yang berkaitan dengan sumber daya alam yang ada di desa berupa:

- b. Iklim sangat erat kaitanya dengan temperatur dan curah hujan yang sangat mempengaruhi setiap daerah. Pada ketinggian tertentu, suatu desa menjadi maju karena kecocokan iklimnya bagi pengembangan tanaman dan pemanfaatan tertentu.
- c. Lingkungan geografis, seperti letak desa secara geografis, luas wilayah, jenis tanah, tingkat kesuburan, sumber daya alam, dan penggunaan lahan sangat mempengaruhi pengembangan desa.
- d. Ternak berfungsi sebagai sumber tenaga dan sumber gizi bagi masyarakat pedesaan. Pada desa agraris ternak juga dapat menjadi investasi dan sumber pupuk.
- e. Manusia merupakan sumber tenaga dalam proses pengolahan lahan pertanian, sehingga manusia sebagai potensi yang sangat berharga bagi suatu wilayah untuk mengolah sumber daya alam yang ada. Tingkat

pendidikan, keterampilan, dan semangat hidup masyarakat menjadi faktor yang sangat menentukan dalam pembangunan desa.

2) Potensi Non Fisik

Potensi non fisik adalah segala potensi yang berkaitan dengan masyarakat desa dan tata prilakunya. Potensi non fisik lainnya adalah lembaga desa, aparatur desa, adat istiadat, dan budaya. Suatu masyarakat desa yang hidup dalam waktu yang lama akan membentuk tata kehidupan tersendiri. Tata kehidupan akan dipengaruhi oleh kondisi alam wilayah desa itu sendiri. Potensi non fisik antara lain:

- a. Masyarakat desa dengan cirinya memiliki semangat kegotongroyongan yang tinggi dalam ikatan keluarga yang erat (gemellnschaft) merupakan landasan yang kokoh bagi kelangsungan program pembagunan dan merupakan kekuatan dalam pembangunan desa.
- b. Lembaga dan organisasi sosial merupakan suatu badan perkumpulan yang membantu masyarakat desa dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Aparatur dan pamong desa merupakan sarana pendukung kelancaran dan ketertiban pemerintah desa. Peranya sangat penting bagi perubahan dan tingkat perkembangan desa. Contohnya: Kepala Desa, Kepala Dusun, Kepala Adat, dan lain-lain.

Dalam mengkaji potensi objek wisata perlu memperhatikan pendekatan geografi sebagai landasan utama dalam melihat dan memperjelas keterkaitan antara objek yang satu dengan lainnya yang ada disuatu tempat. Menurut Haggett (1975, dalam Maryani, 2006), terdapat tiga pendekatan geografi yaitu:

1. Analisis Keruangan

Ruang merupakan permukaan bumi atau bagian dari permukaan bumi di mana unsur fisis dan manusia berada tersusun secara teratur. Menurut Chapman (1979, dalam Maryani, 2006) dalam membahas ruang terdapat tiga konsep yang saling terkait yaitu spasial context, spasial pattern dan spatial process. Spatial context berhubungan dengan isi (content) dan dimensi (dimension) ruang. Dalam content inilah unsur alam dan manusia berada, berinteraksi secara dinamis menghasilkan berbagai kenampakan. Kenampakan tersebut merupakan refleksi dari pengambilan keputusan dalam menanfaatkan ruang dan hasil antar hubungan (relationship) antara masa lalu, sekarang dan masa yang akan datang dari distribusi aktivitas manusia.

2. Analisis Ekologi

Prinsip ekologi yang paling mendasar dan digunakan dalam menganalisis permukaan bumi adalah prinsip keterkaitan dalam jaring kehidupan. Dalam kehidupan setiap unsur saling terkait secara utuh dan terpadu membentuk suatu sistem. Dengan asumsi, tidak ada satu unsur pun dalam kehidupan ini yang dapat berdiri sendiri, semuanya saling terkait dan tergantung (interdepenpsi), baik itu unsur fisik dengan fisik, fisik dengan makhluk hidup, maupun makhluk hidup yang satu dengan makhluk hidup yang lainnya. Misalnya jenis tanah sangat tergantung pada batuan asal dan iklim, jenis tanah dapat mempengaruhi jenis tumbuhan yang hidup, karena tanah merupakan media tanaman yang sangat penting.

3. Analisis Komplek Wilayah/ Region

Region merupakan kesatuan daerah, dengan batas yang jelas menurut kriteria tertentu (Blij dan Murphy, 1998 dalam Maryani, 2006). Identifikasi atau kriteria dalam membatasi suatu region dapat berupa bentang alam, manusia, atau gabungan antara keduanya, misal region menurut morfologi (pengunungan, perbukitan dan dataran), region iklim, region agama, budaya, region aktivitas ekonomi, dan sebagainya. Region merupakan bentuk pendekatan geografi yang melihat bumi secara horisontal namun tiga dimensi. Region merupakan pemikiran untuk memahami kesamaan dan perbedaan permukaan bumi.

2.3.4 Pengembangan Objek Wisata

Basis pengembangan objek wisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam). Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata.

Tujuan program ini adalah mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat, kesenian, dan kebudayaan, dan sumber daya alam (pesona alam) lokal dengan tetap memperhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat, mengembangkan dan memperluas pasar pariwisata terutama pasar dalam negeri. Dalam UU RI No. 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7 tentang pembangunan pariwisata di sebutkan bahwa pembangunan

pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Musanef (1996: 1) menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha terencana untuk menarik wisatawan, menyediakan semua prasarana dan sarana, barang dan jasa/fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Pengembangan objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki oleh objek tersebut, dan harus mengacu pada berbagai kriteria kelayakan. Kelayakan yang dimaksud adalah kelayakan finansial, kelayakan ekonomi regional, kelayakan teknis dan kelayakan lingkungan (Gamal Suwantoro, 2004:20).

Berdasarkan itu untuk tercapainya tri-fungsi tersebut maka harus ditempuh 3 (tiga) macam upaya, yaitu:

1. Pengembangan obyek dan daya tarik wisata.
2. Meningkatkan dan mengembangkan promosi dan pemasaran.
3. Meningkatkan pendidikan dan pelatihan kepariwisataan (Setianingsih, 2006: 44).

Menurut Wahab (2003: 110) ada dua hal yang dapat ditawarkan kepada wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, dimana kedua hal tersebut dapat berupa alamiah atau buatan manusia, yaitu:

- a) Sumber-sumber alam iklim: udara lembut, bersinar matahari, kering dan bersih.
- b) Tata letak tanah dan pemandangan alam: dataran, pegunungan yang berpanorama indah, danau, sungai, pantai, bentuk-bentuk yang unik, pemandangan yang indah, air terjun, daerah (gunung berapi, gua dll).

- c) Unsur rimba: hutan-hutan lebat, pohon-pohon langka, dan sebagainya.
- d) Flora dan fauna: tumbuhan aneh, barang-barang beragam jenis dan warna, kemungkinan memancing, berburu dan bersafari foto binatang buas, taman nasional dan taman suaka binatang buas dan sebagainya.
- e) Pusat-pusat kesehatan: sumber air mineral alami, kolam lumpur berkhasiat untuk mandi, sumber air panas untuk penyembuhan penyakit dan sebagainya.

Hasil karya buatan manusia yang ditawarkan: Yang berdiri sejarah, budaya dan agama:

- 1. Monumen-monumen dan peninggalan-peninggalan bersejarah dari masa lalu.
- 2. Tempat-tempat budaya seperti museum, gedung kesenian, tugu peringatan, perpustakaan, pentas-pentas budaya rakyat, industri seni kerajinan tangan dan lain-lain.
- 3. Perayaan-perayaan tradisional, pameran-pameran, ekspibisi, karnaval, upacara-upacara adat, ziarah-ziarah dan sebagainya.
- 4. Bangunan-bangunan raksasa dan biara-biara keagamaan.
- 5. Prasarana-prasarana
- 6. Sistem penyediaan air bersih, kelistrikan, jalur-jalur lalu lintas, sistem pembuangan limbah, sistem telekomunikasi dan lainlain.
- 7. Kebutuhan pokok pola hidup modern misalnya. Rumah sakit, apotek, bank, pusat-pusat perbelanjaan, rumah-rumah penata rambut, toko-toko bahan makanan, kantor-kantor pemerintah (polisi, penguasa setempat, pengadilan dan sebagainya), kedai obat, toko-toko kacamata, warung-

UNIVERSITAS MEDAN AREA

warung surat kabar, toko-toko buku, bengkel-bengkel kendaraan bermotor, pompa-pompa bensin dan lain-lain.

8. Prasarana wisata yang meliputi:
 - a. Tempat penginapan wisatawan.
 - b. Tempat menemui wisatawan.
9. Tempat-tempat rekreasi dan sport: fasilitas sport untuk musim dingin dan panas, fasilitas perlengkapan sport darat dan air dan lain-lain.
10. Sarana pencapaian dan alat transportasi penunjang: meliputi pelabuhan udara, laut bagi negara-negara yang berbatasan dengan laut, sungai atau danau multinasional, kereta api dan alat transportasi darat lainnya, kapal-kapal, sistem angkutan udara, angkutan di pegunungan dan lain-lain.
11. Sarana pelengkap: seperti halnya prasarana, maka sarana pelengkap ini berbeda menurut keadaan perkembangan suatu negara. Pada umumnya sarana ini meliputi gedung-gedung yang menjadi sumber produksi jasa-jasa yang cukup penting tetapi tidak mutlak diperlukan oleh wisatawan. Umumnya sarana pelengkap ini bersifat rekreasi dan hiburan seperti misalnya: gedung-gedung, sandiwara, bioskop, kasino, warung-warung kopi, dan lain-lain.
12. Pola hidup masyarakat yang sudah menjadi salah satu khasanah wisata yang sangat penting. Cara hidup bangsa, sikap, makanan dan sikap pandangan hidup, kebiasaan, tradisi, adat istiadat semua itu menjadi kekayaan budaya yang menarik wisatawan ke negara mereka. Hal ini berlaku khususnya negara-negara sedang berkembang yang

masyarakat tradisionalnya berbeda dari masyarakat tempat wisatawan itu berasal. Modal dasar yang penting yakni sikap bangsa dari negara tersebut terhadap wisatawan misalnya keramah tamahan, keakraban, rasa suka menolong dan tidak bertindak mengeksplorasi dan lain-lain.

2.4 Prinsip-prinsip Dasar Pengelolaan Pariwisata

Menurut Pitana dan Diarta (2009), pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Cox (1985, dalam Pitana dan Diarta, 2009), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. Pembagunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan special local sense yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan menghentikan aktivitas

pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (carrying capacity) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walapun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.5 Definisi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Badan usaha milik desa merupakan usaha desa yang dikelola oleh Pemerintah Desa, dan berbadan hukum. Pemerintah Desa dapat mendirikan BUM Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi Desa. Pembentukan BUM Desa ditetapkan dengan Peraturan Desa. Kepengurusan BUMDes terdiri dari Pemerintah Desa dan masyarakat desa setempat. Pendirian BUMDes Pemandian Air Panas Desa Hutaraja adalah mewujudkan kesejahteraan masyarakat Desa Hutaraja melalui usaha pengembangan usaha ekonomi khususnya pariwisata, dan pada umumnya usaha ekonomi pertanian, perkebunan dan perikanan serta sektor lainnya.

Bumdes bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengelolaan sumber daya alam, potensi sosial, potensi ekonomi yang dimiliki oleh desa, mengoptimalkan aset desa agar bermanfaat untuk kesejahteraan desa, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa, mengembangkan rencana kerja sama usaha antar desa dan dengan pihak ketiga, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan pendapatan asli desa. Bumdes dapat berbentuk koperasi, Perseroan Terbatas (PT), atau bentuk usaha lainnya sesuai dengan kebutuhan desa. Kebijakan BUMDes adalah untuk meningkatkan sarana & prasarana unit usaha

yang ada, penambahan unit usaha, dan penambahan karyawan yang berpotensi di bidang pariwisata.

2.6 Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pariwisata

Menurut Pitana dan Diarta (2009), kebijakan (policy) merupakan arah atau tuntunan dalam pelaksanaan suatu kegiatan oleh suatu pemerintah yang diekspresikan dalam sebuah pernyataan umum mengenai tujuan yang ingin dicapai yang menentukan tindakan dari para pelaksana, baik pemerintah maupun diluar pemerintah, dalam menwujudkan harapan yang telah ditetapkan tersebut. Pembangunan pariwisata memerlukan kebijakan dan perencanaan yang sistematis. Sebagai contoh, pemerintah pada semua level terlibat dalam mempersiapkan infrastruktur, penggunaan tanah atau tata ruang, dan sebagainya. Untuk tercapainya sebuah perencanaan yang sistematis diperlukan sebuah proses perencanaan stragis atau the strategic planning proces (Pitana dan Diarta, 2009).

Proses implementasi kebijakan pariwisata memerlukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Mengevaluasi Potensi Pasar

Hal ini merupakan proses cepat untuk mengidentifikasi pasar potensial dan memuaskan penanam modal bahwa terdapat pasar potensial yang menyebabkan proses selanjutnya layak dilakukan.

2. Pilih Lokasi Yang Cocok

Pemilihan lokasi harus dilakukan dengan hati-hati dan dikaitkan dengan ketersedian infrastruktur seperti ketersediaan jalan, listrik, air, akses wisata yang tersedia dan pesaing. Keberadaan proyek harus

dapat memanfaatkan keunggulan destinasi lokal untuk menarik calon konsumen.

3. Identifikasi Pemain Kunci (Stakeholders)

Pengusaha harus melakukan kontak dengan petugas lokal yang terkait untuk memastikan tidak ada masalah yang menyangkut apa yang boleh dan apa yang tidak terkait dengan rencana pembagunan fasilitas pariwisata.

4. Lakukan Studi Fisibilitas Pasar Dan Keuangan

Studi yang dilakukan untuk menguji viability proyek yang akan dilakukan. Hal ini menyangkut riset finansial. Hal ini merupakan proses yang panjang. Melibatkan trend atau kecenderungan secara ekonomi nasional.

5. Tahap ini ditentukan oleh hasil riset pasar yang menyangkut tipe wisatawan dan jenis fasilitas yang kiranya mampu menarik minat wisatawan. Hal ini akan membantu proyek dalam melakukan positioning.

6. Buat dan Dokumentasikan Proposal

Sebuah dokumentasi (proposal) dibuat untuk menjelaskan proyek secara detail dari berbagai sudut pandang.

7. Konsultasikan dengan Masyarakat

Terlepas dari apakah sudut atau belum diinformasikan kepada masyarakat, proses ini harus dilakukan lagi. Tujuannya adalah untuk menginformasikan proyek secara detail dan menunjukkan perhatian proyek terhadap lingkungan dan komunitas lokalnya.

8. Ikuti Proses Perijinan

Proses konsultasi dan penjelasan secara detail dan harus diberikan pada pemegang otoritas pemberi izin pembagunan agar tidak melanggar aturan yang berlaku.

9. Lengkapi Proses Investasi

Walapun perencanaan finansial sudah terpikirkan sejak awal ide dikemukakan, tetapi pada tahap ini implementasi harus terlihat.

10. Persiapan Dokumentasi Bangunan

Hal ini akan memberikan arah pembagunan proyek dan sekaligus sebagai kontrol selama masa konstruksi.

11. Fase Konstruksi dan Pembagunan

Sebelum pembagunan dimulai biasanya ada periode mulai dari pembebasan lahan, pembersihan lahan, akses jalan ke proyek, penyediaan alat-alat yang diperlukan dan seterusnya.

12. Sediakan Rencana Operasional

Hal ini menyangkut rencana operasi proyek yang berhubungan dengan penyediaan tenaga operasional (staff), pelatihan karyawan, riset pasar lanjutan jika dibutuhkan dan seterusnya.

2.7 Pemandian Air Panas Hutaraja

Pemandian Air Panas Hutaraja merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Desa Hutaraja, Kecamatan Panyabungan Selatan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Daya tarik tempat ini yaitu artinya mengalir seperti sungai yang sangat jernih dan bersih yang berasal dari gunung

sorik merapi. Pemandian ini sudah terkenal di Kabupaten Mandailing Natal dan juga banyak pengunjung yang datang dari luar daerah seperti dari daerah pasaman, panti, bukit tinggi, dan beberapa daerah dari provinsi sumatera barat, alasan datang dari luar daerah sebagian besar untuk berobat untuk kesembuhan penyakit baik gatal-gatal, stroke, diabetes, dan lainnya.

2.8 Analisis SWOT

Menurut Hunger (2003), analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi, analisis strategi juga mengharuskan para manajer strategi untuk menentukan kesesuaian strategi untuk mencapai kesesuaian strategi antara peluang-peluang eksternal dan kelemahan-kelemahan internal disamping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. SWOT adalah akronim untuk Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threat dari organisasi, yang semuanya merupakan faktor-faktor strategis (Hunger, 2003). Menurut Yoeti (dalam Subhani, 2010), memaparkan bagaimana analisis SWOT dalam skenario pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Mengetahui kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.

b. Kelemahan (*Weaknesses*) Segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang didentifikasi adalah kurangnya promosi, jeleknya

pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kenderaan umum ke objek wisata.

- c. Kesempatan (*Opportunities*) Semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku, atau kondisi perekonomian.
- d. Ancaman (*Threat*) Ancaman dapat berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata seperti peraturan yang tidak memberikan kemudahan dalam berusaha, rusaknya lingkungan, dan lain sebagainya.

Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi, yaitu sebagai berikut:

- 1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran organisasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2. Strategi ST (*Strength- Threat*) strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3. Strategi WO (*Strength-Opportunity*) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaattan peluang yang ada dengan cara meminimalkan perusahaan yang ada.

4. Strategi WT (*Strength-Treat*) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 1. Kerangka Analisis SWOT

Kekuatan-Keunggulan Kelemahan-Kekurangan	Internal Perusahaan
Kesempatan-Peluang Ancaman-Saingan	Eksternal Perusahaan

Sumber: *Manullang 2016*

Menurut Yulita (2008, dalam Subhani, 2010), analisis SWOT merupakan sebuah alat analisis yang cukup baik, efektif, dan efisien serta sebagai alat yang cepat dalam menemukan kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan awal program-program inovasi baru dalam kepariwisataan. Sifat analisis SWOT sangat situasional. Dalam artian hasil analisis tahun sekarang belum tentu akan sama dengan hasil analisis tahun yang akan datang, pengaruh faktor ekonomi, politik, keamanan dan keadaan sosial yang melatarbelakanginya menyebabkan adanya perubahan.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk penelitian biasa, skripsi, tesis dan jurnal. Penelitian yang ada telah mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan skripsi, adapun penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Andi Hafif (2009) dalam skripsi yang berjudul *Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Kalipancur Desa Nogosaren Dengan Pendekatan Co-Management dan Analysis*

Hierarchy Process (AHP). Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis Co-Management dan Analysis Hierarchy Process. Hasil analisis peringkat criteria untuk mencapai prioritas kebijakan jumlah kunjungan yang tertinggi adalah evaluasi memiliki bobot 0,857 merupakan prioritas utama dan memiliki nilai consistency ratio sebesar 0,00 dibawah 0,1 maka matriks perbandingan responden telah teruji sangat konsisten. Persamaan penelitian yaitu dalam penelitian ini memiliki persamaan dalam mencari strategi pengembangan bagi obyek wisata. Perbedaan penelitian ini yaitu penulis akan mencoba menganalisis menggunakan analisis SWOT dimana penulis akan mencari faktor pendorong dan penghambat guna memperoleh strategi dalam mengembangkan obyek wisata.

2. Penelitian Dewi Kusuma Sari (2011) dalam skripsi yang berjudul Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang. Alat analisis dalam penelitian ini adalah travel cost method dan Analisis Hierarki Proses (AHP). Dependen variable dalam penelitian ini adalah frekuensi kunjungan obyek wisata pantai sigandu dan independen variabelnya adalah biaya perjalanan, umur pengunjung, pendidikan, penghasilan dan jarak. Hasil penelitiannya dengan travel cost method menunjukkan bahwa dari lima variable dalam penelitian berpengaruh secara signifikan pada frekuensi kunjungan ke Pantai Sigandu ialah variable biaya perjalanan Pantai Sigandu, biaya perjalanan obyek wisata lain, penghasilan dan jarak pada tingkat signifikansi 5%. Perbedaan penelitian terletak pada alat analisis dimana penulis akan

menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk mencari strategi pengembangan obyek wisata.

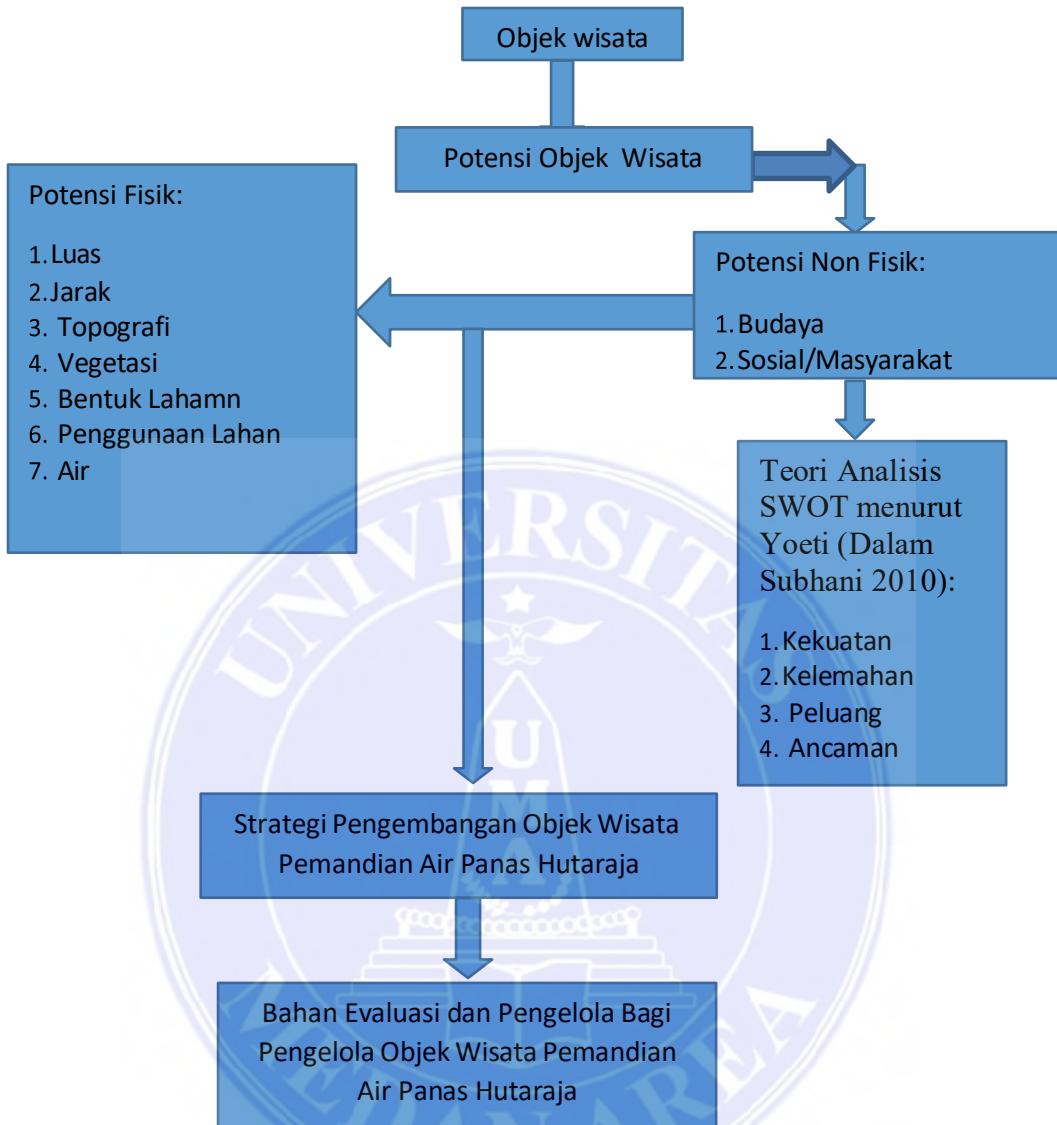
3. Penelitian Nining Yuningsih (2005) dalam skripsi yang berjudul Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pengembangan Potensi Obyek Wisata Pantai Pangandaran di Kabupaten Ciamis Jawa Barat. Alat analisis yang digunakan adalah teknik triangulasi dan analisis interaktif. Variabel penelitian ini adalah faktor pendorong dan penghambat pariwisata. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Ciamis dalam mengembangkan obyek wisata Pantai Pangandaran adalah dengan membangun berbagai fasilitas wisata, promosi lewat media massa, maupun pameran wisata. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong pengembangan obyek wisata pantai pangandaran adalah adanya daya tarik yang dimiliki oleh pantai yang didukung sarana dan prasarana yang memadai. Perbedaan penelitian terletak pada analisis penelitian. Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji ulang dengan tempat penelitian yang berbeda dan alat analisis yang berbeda yaitu analisis SWOT untuk memperoleh strategi pengembangan obyek wisata.
4. Penelitian Sandra Aulia Tb.Mh. Idris Kartawijaya (2013). Dalam skripsi yang berjudul Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line dan faktor yang mempengaruhi lintas negara indonesia dan jepang. Metode yang digunakan yaitu Metode Kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu total pengungkapan TBL lebih didominasi oleh pengungkapan

non ekonomi. Perbedaan penelitian terletak pada analisis penelitian.

Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji ulang dengan tempat penelitian yang berbeda dan alat analisis yang berbeda yaitu analisis SWOT untuk memperoleh strategi pengembangan obyek wisata.

5. Penelitian Deby Marlina Nainggolan (2015). Dalam skripsi ini yang berjudul Strategi Pengembangan Pantai Sawangan sebagai daya tarik wisata nusa dua. Metode yang digunakan yaitu Metode Kualitatif dan Kuantitatif. Hasil Penelitian potensi yang dimaksud dalam artikel ini adalah segala sesuatu yang menjadi pendukung dan menunjang pengembangan pantai sawangan yaitu pantai sebagai daya tarik yang sangat menawan. Keindahan pantai yang begitu indah, dengan air laut yang bersih, jernih berwarna biru dan tidak terdapat sampah. Perbedaan penelitian terletak pada analisis penelitian. Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji ulang dengan tempat penelitian yang berbeda dan alat analisis yang berbeda yaitu analisis SWOT untuk memperoleh strategi pengembangan obyek wisata

2.10 Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Dikelola : Oleh Peneliti 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang di alami oleh subyek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi tindakan dan lain-lain secara holistic dengan cara menggambarkan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang khusus pada kondisi yang alamiah (Moleong, 2006: 6).

Pendekatan Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara *purposive* dan *snowbal.*, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan (tri-anggulasi), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2014: 9).

3.2 Sifat Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan sifat pada penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian deskriptif menurut Usman dan Akbar (2003: 4) merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuat sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat pada populasi tersebut. Penelitian deskriptif bukan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi untuk menggambarkan keadaan yang realita pada objek penelitian. Sementara itu, menurut (Achmadi dan Narbuko, 2003: 44)

penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha memecahkan masalah yang ada berdasarkan data, yang berarti setelah mendapatkan data, menganalisa dan menginterpretasikan.

Dalam Penelitian ini penulis menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif, untuk memecahkan masalah-masalah yang ada di lapangan berdasarkan data dan fakta yang ada. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis pada Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal sehingga mendapatkan kesimpulan peneliti.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah di desa Hutaraja dan Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal. Alasan pemilihan lokasi ini adalah Pemandian Air Panas Hutaraja memiliki potensi untuk dikembangkan dan belum adanya penelitian dengan judul yang sama. Adapun waktu penelitian ini dilakukan selama 1 bulan. Adapun jadwal penelitian yang dilakukan peneliti ialah sejak bulan Juni 2024 s/d bulan Juli 2024.

Tabel 2. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Mar 24	Apr 24	Mei 24	Juni 24	Juni 25	Sept 25
1.	Pengajuan Judul						
2.	Observasi Awal						
3.	Penyusunan Proposal						
4.	Bimbingan dan Perbaikan Proposal						
5.	Seminar Proposal						
6.	Revisi Proposal						
7.	Observasi Lapangan dan Wawancara						
8.	Penyusunan Bab IV-V						
9.	Seminar Hasil						
10.	Bimbingan dan Perbaikan						
11.	Sidang Skripsi						

Sumber : Dikelola oleh peneliti 2024

3.4 Informan Penelitian

Menurut Bungin (2007), informan adalah yang di wawancara, diminta informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Menurut Bungin, (2007) informan meliputi beberapa macam, seperti:

1. Informan Kunci (key informan), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, yang menjadi informan kunci yaitu: Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal, Badan Usaha Milik Desa.
2. Informan Utama, yaitu mereka yang terlibat langsung dalam interaksi social yang diteliti jadi informan utama adalah: Dinas Bappeda Kabupaten mandailing Natal, Camat Kecamatan Panyabungan dan Kepala Desa Hutaraja Selatan, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa.
3. Informan tambahan yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi social yang diteliti dan yang menjadi informan tambahan ialah: Masyarakat, Penjual makan/warung dan pengunjung objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja.

Tabel 3. Informan Penelitian

NO	URAIAN	NAMA	JUMLAH	KETERANGAN
1.	Dinas Pariwisata	Faisal Suheri	1	Informan Kunci
2.	Kepala Desa	Rahmat Parmonangan	1	Informan Utama
3.	Sekretaris Camat	Taufia Lubis S.Sos	1	Informan Utama
4.	Perencana Ahli Muda Dinas Bappeda	Asmaul husna S.Sos	1	Informan Utama
5.	Masyarakat	-Ahmad Sundi Lubis -Imran Safri -Rahmat Husein	3	Informan Tambahan
TOTAL			8	

Sumber : Dikelola oleh penulis 2023

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Wawancara

Metode Wawancara merupakan suatu kegiatan Tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti kepada responden atau narasumber yang ditunjuk peneliti. Untuk memperoleh informasi kepada informan maka peneliti melakukan wawancara secara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan Penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama (Bungin, 2007). Dalam penelitian ini informan menurut Bungin (2007) dibagi menjadi tiga macam yaitu:

1. Informan kunci meliputi: Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal, Badan Usaha Milik Desa.
2. Informan utama meliputi: Dinas Bappeda Kabupaten Mandailing Natal, Camat Kecamatan Panyabungan Selatan, dan Kepala Desa Hutaraja, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa.
3. Informan tambahan meliputi: Masyarakat, penjual makan/warung, dan pengunjung.

3.5.2 Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, ada dua indra yang sangat vital dalam melakukan

pengamatan yaitu mata dan telinga. Yang di observasi ditempat peneliti meliputi: fasilitas yang disediakan, sarana dan prasarana, aksebilitas, kekuatan dan kelemahan objek wisata, infrastruktur, dan kegiatan yang dilakukan masyarakat di sekitar Pemandian Air Panas Hutaraja tersebut.

3.5.3 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi dalam penelitian, yaitu:

1. Dari Dinas Pariwisata berupa surat keputusan pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja, data jumlah pengunjung, dan kerja sama dengan beberapa lembaga/instansi terkait,
2. Dari Bappeda yaitu data berupa pembangunan dan pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja,
3. Dari Kecamatan data berupa keadaan fisik dan non fisik Desa Hutaraja, keadaan social masyarakat, data kependudukan, dan
4. Dari Kepala Desa berupa kerja desa terhadap pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja. Data/dokumen tersebut akan dianalisis sesuai dengan kebutuhan dari peneliti terhadap instansi terkait yang sudah ditentukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian

angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi (Silalahi, 2009). Teknik analisis data menggunakan teori menurut Miles dan Huberman. Kegiatan analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Adapun tahapan penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam reduksi data pilihan-pilihan peneliti tentang bagian yang mana yang dikode, mana yang dibuang, poela-poela mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, semuanya itu merupakan pilihan-pilihan analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.



Gambar 2. Kegiatan Analisis Data

Sumber: Miles dan Huberman

3.6.2 Penyajian Data

Alur kedua ialah penyajian data, yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang paling sering digunakan untuk data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif dalam puluhan, ratusan, atau bahkan ribuan halaman. Beda halya dengan sekarang penyajian data dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Dalam hal ini penyajian data yang pertama dilakukan ialah potensi dari objek wisata sendiri. Stelah diketahui keadaan potensi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan analisis SWOT yang penyajian data dimasukkan dalam table matriks SWOT yang berisi *strengths, weaknesses, opportunities, dan Threat* atau kekuatan, kelemahan, peluang/kesempatan dan ancaman.

Tabel 4. Matriks SWOT

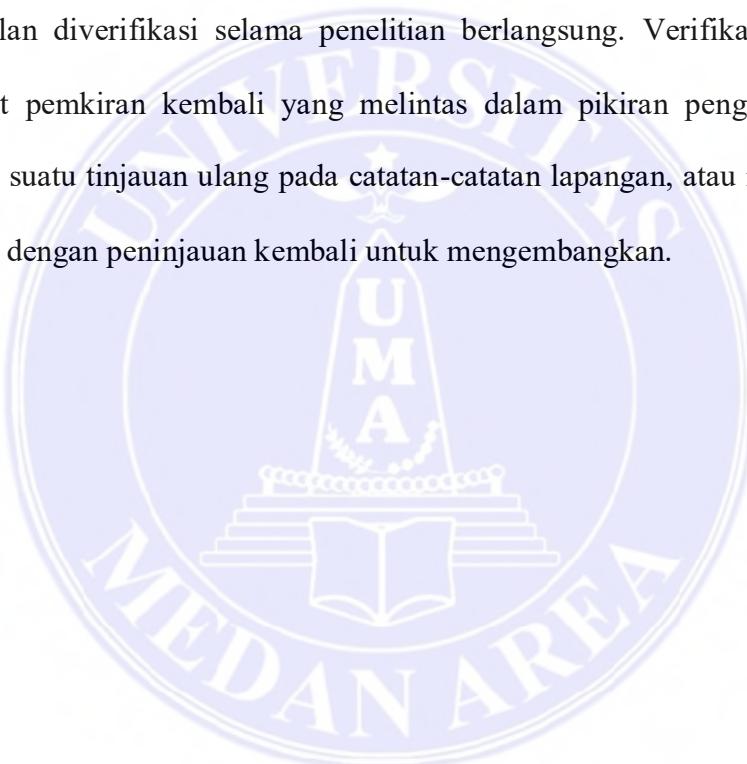
Faktor-Faktor Internal IFAS	Kekuatan (S) Daftrakan 5-10 kekuatan internal disini.	Kelemahan (W) Daftrakan 5-10 kelemahan internal disini.
Faktor-Faktor Eksternal EFAS		
Peluang (O) Daftrakan 5-10 peluang eksternal disini.	Strategi SO: Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang,	Strategi WO: Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
Ancaman (T) Daftrakan 5-10 ancaman eksternal disini.	Strategi ST: Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk menghindari peluang.	Strategi WT: Buat strategi disini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Hunger dan Wheelen 2003

Hasil dari analisis SWOT akan dapat memberikan gambaran bagaimana kekuatan dan peluang dapat dihadapi dan dimanfaatkan disingkrinkan dengan ancaman yang ada serta kelemahan yang dimiliki oleh objek wisata. Dan hasilnya dapat diambil suatu kebijakan strategi pengembangan yang tepat dan sesuai yang diterapkan dan menjadi bahan evaluasi kepada pihak pengelola objek wisata.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Penyajian data yang ketiga yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan-kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin begitu saksama dengan peninjauan kembali untuk mengembangkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dalam penelitian ini yang telah dilakukan dari hasil wawancara diatas, Maka dapat diperoleh disimpulkan Bahwa Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Berdasarkan Analisis SWOT:

1. Mengedepankan Memanfaatkan Kekuatan (*Strength*):

- Sumber air panas alami dengan kandungan belerang yang memiliki nilai kesehatan dan daya tarik wisata.
- Lokasi strategis di kaki Gunung Sorik Marapi dengan pemandangan alam yang asri dan udara sejuk.
- Pengelolaan desa wisata dan BUMDES yang sudah ada untuk mendukung pengembangan dan pemasaran.
- Harga tiket terjangkau dan akses yang mudah dijangkau.

2. Mengantisipasi Kelemahan (*Weakness*):

- Infrastruktur fasilitas yang perlu ditingkatkan (misal kamar mandi, tempat istirahat, akses jalan).
- Kurangnya promosi dan branding wisata yang lebih luas agar dikenal lebih banyak pengunjung.

- Manajemen sumber daya manusia dan pelatihan layanan pengunjung yang masih perlu penguatan.

3. Mencari Peluang (*Opportunities*):

- Meningkatkan kolaborasi dengan pemerintah daerah dan instansi pariwisata untuk dukungan dana dan promosi.
- Mengembangkan paket wisata terpadu, misalnya kombinasi pemandian dengan trekking, kuliner lokal, dan budaya Mandailing
- Pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, reservasi online, dan edukasi wisata.
- Tren wisata alam dan kesehatan yang sedang meningkat di masyarakat.

4. Mengantisipasi Ancaman (*Treats*):

- Persaingan dengan objek wisata air panas lain yang lebih terkenal dan memiliki fasilitas lengkap.
- Kerusakan lingkungan dan pencemaran yang dapat mengurangi daya tarik sumber air panas.
- Perubahan iklim dan bencana alam yang dapat mengganggu kelangsungan wisata.
- Ketidakpastian pandemi atau faktor eksternal yang dapat menurunkan kunjungan wisatawan.

2. Adapun Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal

Faktor Pendukung:

- Sumber daya alam unggulan: air panas alami mengandung belerang dengan manfaat kesehatan.
- Keindahan alam: terletak di kaki Gunung Sorik Marapi, suasana sejuk dan asri.
- Dukungan masyarakat dan BUMDes: ada partisipasi lokal dalam pengelolaan.
- Akses jalan yang cukup baik dan harga tiket terjangkau.
- Potensi pengembangan desa wisata secara terpadu.

Faktor Penghambat:

- Fasilitas masih terbatas (kebersihan, ruang ganti, tempat istirahat belum optimal).
- Promosi wisata kurang maksimal, belum dikenal luas di luar daerah.
- Kurangnya pelatihan SDM dalam pelayanan dan pengelolaan wisata.
- Minimnya dukungan anggaran dan investasi dari pihak luar.
- Risiko kerusakan lingkungan jika tidak dikelola secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti

1. Pemerintah dan terkhusus kepada Dinas Pariwisata perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait pentingnya pengembangan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja dalam menunjang perekonomian masyarakat Desa Hutaraja.
2. Untuk sarana dan prasana objek wisata perlu adanya penambahan dan perbaikan dalam menunjang kebutuhan pengunjung seperti: tempat sampah, kamar mandi/WC, perluasan parkir sepeda motor dan mobil, perluasan dan perbaikan jalan ke pemandian agar pengunjung lebih nyaman menuju lokasi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja, dan lainnya.
2. Sebelum menuju lokasi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja, perlu adanya pembuatan rambu-rambu penanda menuju lokasi pemandian air panas yang ada di Desa Kayu laut sampai menuju lokasi objek wisata.
4. Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal dan pengelola objek wisata perlu meningkatkan pelayanan publik seperti kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan sehingga jumlah wisatawan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ahmad SE., M.si. (2019). *Manajemen Keuangan Daerah Dalam Era Otonomi Daerah*. Bogor: Azkiya Publishing.
- Harefa, Mandala dan Hendra, Permana Sony, dkk. (2017). *Optimalisasi Kebijakan Penerimaan Daerah*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Manullang, M. 2016. Manajemen Strategi. Yogyakarta: Pandu Sakti Pustaka.
- Moleong, Lexy J, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya. , (2006), Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono, Prof. Dr, 2014, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Alfabeta.
- Suwena, I Ketut dan Widyatmaja, I Gusti Ngurah. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali : Pustaka Larasan.
- Yohanes, Sulistyadi, dkk. (2013). *Indikator Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja.
- Zaenuri, Muhammad. (2012).Perencanaan Strategis Konsep Kepariwisataan Daerah Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: e-Gov Publishing.

Jurnal:

Alfabeta 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:

Alfabeta 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:

Alfabeta Syamsul Fikri. (2010). *Gambaran Umum dan Kondisi Daerah Kabupaten Empat Lawang*. <http://4lawang-wordpress-com.cdn.ampproject.org/> (diakses pada tanggal 5 maret 2019).

Andi Offset. Saputra, M.R., Rodhiyah. 2016. *"Strategi Pengembangan Wisata Di Kawasan Gunung Andong Magelang"*. Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.

Barreto,M., Giantari, I.G.A. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis. 4(11): 779.

Dewi Kusuma Sari. 2011. *Pengembangan Pariwisata Objek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*. Skripsi. Universitas Diponegoro.

Fransiskus Roy, Vinsenco R. Serano. (2019). "Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat." <https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/societas/article/downloa/d/2514/1398> diunduh tgl 17 April 2021

Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika

Herlambang. 2010. *Tinjauan Tentang Pariwisata Dan Pondok Wisata Di Kompleks Wisata Candi Prambanan*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Jeckyma Zaidil Umarti. 2018. *Pengembangan Amenitas Dan Aksesibilitas Destinasi Wisata: (Studi Kasus Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Buluh, Desa Lubuk Selo Kabupaten Lahat)*. Skripsi. Politeknik Negeri Sriwijaya.

Kementerian Dalam Negeri. (2017). *Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan*. www.kemendagri.go.id (diakses pada tanggal 5 maret 2019).

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. (2018). *Pendapatan Devisa dari Sektor Pariwisata Indonesia*. <http://www.kemenpar.go.id> (diakses pada tanggal 5 maret 2019).

Offset Ian Asriandy. 2016. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng*. Skripsi. Universitas Hasanudin.

Peraturan Pemerintah Nomor. 50 Tahun 2011. *Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional*.

Peraturan Perundang-Undangan:

Rahmat Dayansyah. 2014. "Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Tangerang". *Studi Ilmu Administrasi Negara*. Universitas Indonesia.

Rahmi Setyawati, Karin Amelia Safitri. (2020). "Pengembangan Wisata di Kabupaten Buru Menggunakan Analisis SWOT" <http://journal.vokasi.ui.ac.id/index.php/jsh/article/view/56/25> diunduh tgl 17 April 2021 Sara Hotnida Manalu, I Putu Ananda Citra. (2020).

“Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun Di Desa Sambangan.”

<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/J JPG/article/download/29724/17>
27 diunduh tgl 17 April 2021

Rangkuti, Fredy. 2016. **Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT.** Jakarta: PT Gramedia. Rai Utama, I Gusti Bagus. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta:CV.

Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Administrasi. Bandung:**

Susani, Novira, dkk. (2019). Pengembangan Objek Wisata Taman Nasional Kelimutu Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ende (Studi Kasus Pada Balai Taman Nasional Kelimutu Kabupaten Ende). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/rpp/article/view/3710/3623> diunduh 10 Oktober 2020

Undang-undang No. 10 Tahun 2009. **Tentang Kepariwisataan.**

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004. **Tentang Pemerintah Daerah.**

Undang-Undang Nomor. 33 Tahun 2004. **Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Peraturan Bupati Mojokerto Nomor. 72 Tahun 2016. Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Mojokerto.**

Artikel Online :

([https://suaramojokerto.com/2020/10/17/resmi-dibuka-wisata-baru-mojokembang
sore-park-mojokerto-siap-hadirkan-lampion-garden/](https://suaramojokerto.com/2020/10/17/resmi-dibuka-wisata-baru-mojokembang-sore-park-mojokerto-siap-hadirkan-lampion-garden/))diakses 29 September 2020 (https://mojokertokab.go.id/gambaran_umum) diakses 29 September 2020 [http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/60705/Chapter%20II.pdf? sequence=3&isAllowed=y](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/60705/Chapter%20II.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

LAMPIRAN

Lampliran 1

Pedoman Observasi

Berikut adalah pedoman observasi yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Lokasi
2. Sarana dan Prasarana
3. Pelaksanaan program
4. Sikap Pengawai
5. Respon Masyarakat

Lokasi : Kantor desa Hutaraja dan Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal

No	Yang diamati	Ya	Tidak	Keterangan
1.	Struktur Organisasi			
2.	SOP-Tupoksi			
3.	Sikap Pengawai			
4.	Visi Misi			
5.	Laporan kegiatan/program			
6.	Sikap respon masyarakat			
7.	Dokumen Arsip			
8.	Agenda Kegiatan/Program			
9.	Sarana Prasana a. Ruang kerja b. Ruang Tunggu c. Parkir d. Toilet e. Papan Informasi f. Ruang Arsip g. Perangkat Komputer h. WiFi			
10.	Website Instansi			
11.	Sosial Media Instansi			
12.	Laporan Pengaduan/informasi			

Lampiran 2

Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Di Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal melalui proses implementasinya, adapun aspek yang diwawancarai adalah sebagai berikut:

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :

Pertanyaan Penelitian:

1. Menurut Bapak/Ibu apakah Pemandian Air Panas Hutaraja sendiri memiliki keunikan dan daya tarik sendiri?
2. Apa yang menjadi alasan Bapak/Ibu datang berkunjung ke Lokasi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja?
3. Menurut Bapak/ Ibu apakah lokasi Pemandian Air Panas Hutaraja mudah ditempuh?
4. Menurut Bapak/Ibu apa saja keunggulan yang dimiliki oleh objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja?
5. Menurut Bapak/Ibu bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan oleh objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja bagi pengunjung, masyarakat dan penjual ?
6. Menurut Bapak/Ibu apakah ada kekurangan dari objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja, kalau ada apa yang perlu diperbaiki dan ditanggulangi?
7. Menurut Bapak/Ibu apakah objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja sangat potensial untuk dikembangkan menjadi tempat wisata ?
8. Bagaimana Sarana dan Prasarana yang dibangun oleh Dinas Pariwisata atau instansi terkait apakah sudah lengkap dan layak untuk dapat digunakan menurut Bapak/Ibu?
9. Bagaimana bentuk topografi dan kondisi alam yang ada di objek Wisata Pemandian Air Panas Hutaraja apakah menjadi suatu peluang atau ancaman penghambat keberlanjutan objek wisata ini?
10. Menurut Bapak/Ibu bagaimana kondisi sosial dan respon masyarakat di lokasi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja ?
11. Bagaimana eksistensi objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja menurut Bapak/Ibu dengan banyaknya bermunculan tempat wisata alam atau buatan?
12. Apa saja bentuk partisipasi dan kewajiban Bapak/Ibu untuk dapat merawat dan melestarikan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja?

13. Menurut Bapak/Ibu apakah objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja sangat berpeluang terhadap pengembangan dan kunjungan wisatawan ke tempat ini?
14. Menurut Bapak/Ibu apa yang seharunya dilakukan oleh Dinas Pariwisata atau Pemerintah Kabupaten Mandailing Natal dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja sendiri ?
15. Apa harapan Bapak/Ibu terhadap objek wisata Pemandian Air Panas Hutaraja baik sekarang dan masa mendatang?



Lampliran 3

Hasil Observasi

Berikut adalah hasil observasi yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Lokasi
2. Sarana dan Prasarana
3. Pelaksanaan program
4. Sikap Pengawai
5. Respon Masyarakat

Lokasi : Kantor desa Hutaraja dan Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal

No	Yang diamati	Ya	Tidak	Keterangan
1.	Struktur Organisasi	✓		Terdaftar di Lampiran dokumentasi penelitian halaman 71
2.	SOP-Tupoksi	✓		File tersedia dalam bentuk Laporan
3.	Sikap Pengawai	✓		1. Ramah 2. Sigap (cepat respon) Indikator ini dilihat sejak peneliti melakukan penelitian sampai selesai penelitian
4.	Visi Misi	✓		Terdaftar di bab iv halaman 70
5.	Laporan Kegiatan/Program	✓		Laporan kegiatan disampaikan di sub publik dan arsip berita sistem informasi
6.	Sikap Respon Masyarakat	✓		1. Baik/ramah 2. Pada tertib administrasi kependudukan, ada masyarakat yang baik/taat mengikuti SOP dan ada juga masyarakat yang tidak peduli dan menganggap tidak penting SOP. Indikator ini dilihat dari hasil observasi beberapa informan.
7.	Dokumen Arsip	✓		Dokumen berbentuk buku laporan
8.	Agenda Kegiatan/Program	✓		Agenda kegiatan disampaikan di sub publik dan arsip berita sistem informasi

No	Yang diamati	Ya	Tidak	Keterangan
9.	Sarana Prasana a. Ruang kerja b. Ruang Tunggu c. Parkir d. Toilet e. Papan Informasi f. Ruang Arsip g. Perangkat Komputer h. WiFi	✓		Sarana prasarana di lihat langsung oleh peneliti dan layak pakai
10.	Website Instansi	✓		https://pariwisata.madina.go.id
11.	Sosial Media Instansi	✓		A. Facebook: Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal
12.	Layanan Pengaduan/informasi	✓		1. Layanan pengaduan langsung di Kantor Desa Hutaraja dan Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran 4

Dokumentasi Penelitian



Foto bersama bersama ibu Asmaul Husna, S.Sos selaku jabatan di bidang Perencana Ahli Muda Dinas Bappeda



Foto bersama Bapak Anjur Brutu, SE Selaku Kabid Pemdes Dinas Pemberdayaan Masyarakat



Foto Bersama Abang IMRAN SAFRI Selaku Pengelola Badan Usaha Milik Desa Pemandian Aek Milas Dano Desa Hutaraja



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Access 12 d 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



Foto Bersama Bapak Faisal Suheri Selaku Kepala Bidang Destinasi Dinas Pariwisata



Foto Bersama Bapak Taufik Lubis S. Sos selaku Sekretaris Kantor Camat Panyabungan Selatan



Foto Bersama Op. Rahmat Parmonangan Selaku Kepala Desa Huta Raja



Foto Bersama Abangda Muhammad
Suhadi Lubis Selaku Penjualan
Makanan Lapo P.S Putri-Suhadi



Foto Bersama Abangda Asmawi
Selaku Pengunjung Permandian Air
Panas Desa Hutaraja



Foto Bersama Abangda Asmawi Selaku Masyarakat Desa Hutaraja



Foto Bersama Abang Ahmad Suhdi Lubis Selaku Masyarakat Desa Hutaraja



Foto bersama abangda rahmat husein selaku masyakat desa hutaraja

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Acce~~15~~d 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran 5

Hasil Dokumentasi Penelitian di Lapangan

Foto Bukti Jalan Pemandian Air Panas Desa Hutaraja



Foto Bukti Gapura Selamat Datang

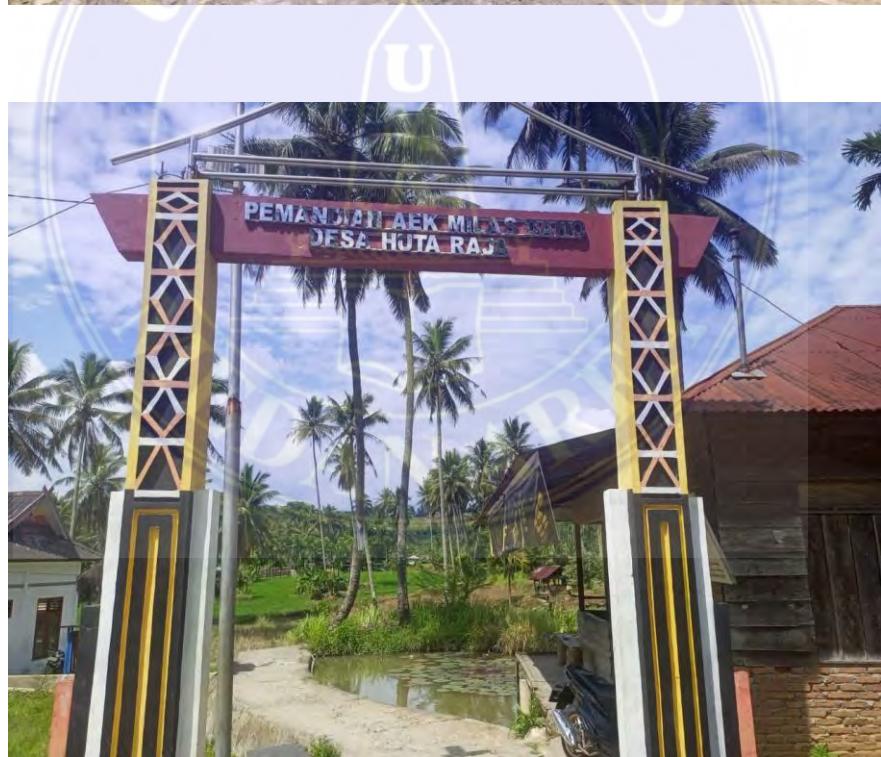


Foto Bukti Mushola Laki-laki dan Perempuan



Foto Bukti Kamar Mandi



Foto Bukti Parkiran Mobil



Foto Bukti Parkiran Motor



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Access 19 d 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Foto Bukti Gazebo



Foto Bukti Tiket Masuk



Foto Bukti Kantor Pengelola BUMDES



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25 120

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Foto Bukti Lopo/Warung



Foto Bukti Pengunjung



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Access 122 d 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)23/12/25

Foto Bukti Sosialisasi Masyarakat Desa Hutaraja





UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25 124

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Lampiran 6

Surat Permohonan Izin Penelitian Data/Riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Selabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1364/FIS.0/01.10/V/2024
Lampiran, : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 3 Juni 2024

Kepada Yth.
Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Mandailing Natal
Di Tempat

Dengan hormat,
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Ari Kanitsyah
NIM : 208520044
Program Studi : Administrasi Publik

Saat ini sedang dibutuhkan beberapa data pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

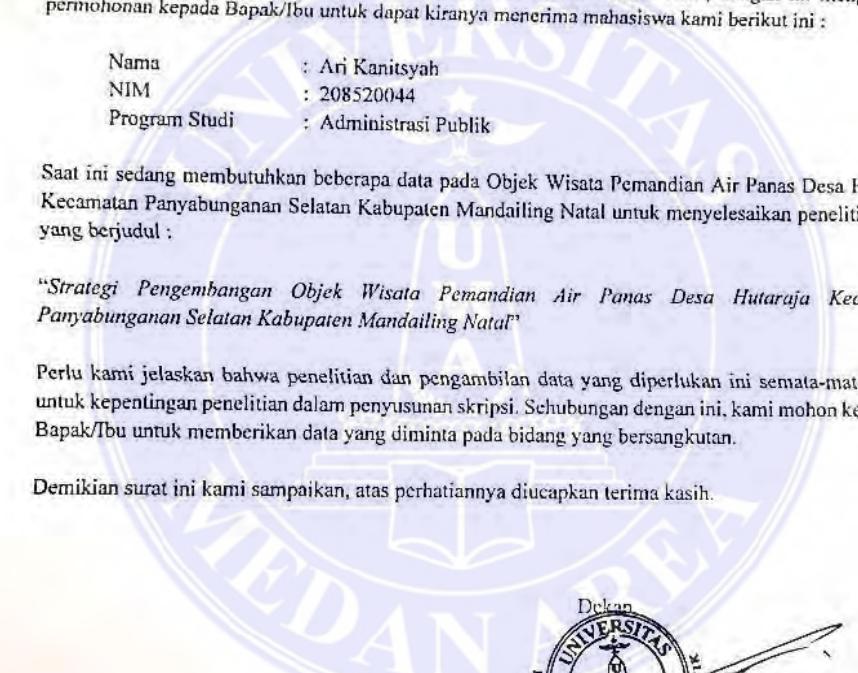
"Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal"

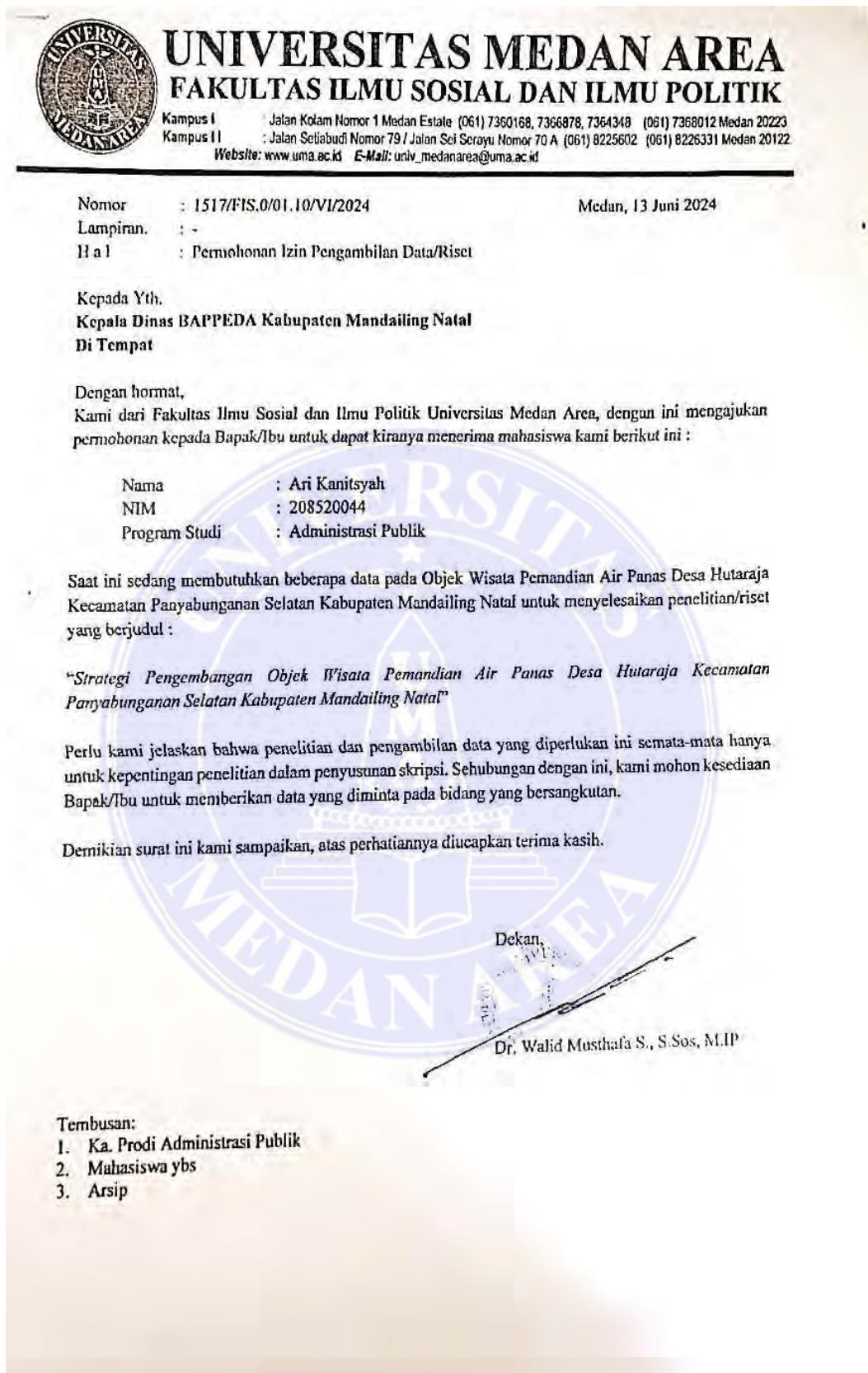
Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Tembusan:
1. Ka. Prodi Administrasi Publik
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

(Handwritten signature of Gusthafa S., S.Sos, M.I.P.)





 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II Jalan Setia Budi Nomor 79 / Jalan Sel Surya Nomor 70 A (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_modanarea@uma.ac.id

Nomor 1517/FIS.0/01.10/VI/2024 Medan, 24 Juni 2024
Lampiran -
Hal Permoohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth.
Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat
dan Desa Kabupaten Mandailing Natal
Di Tempat

Dengan hormat,
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan
permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini

Nama	Ari Kanitsyah
NIM	208520044
Program Studi	Administrasi Publik

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

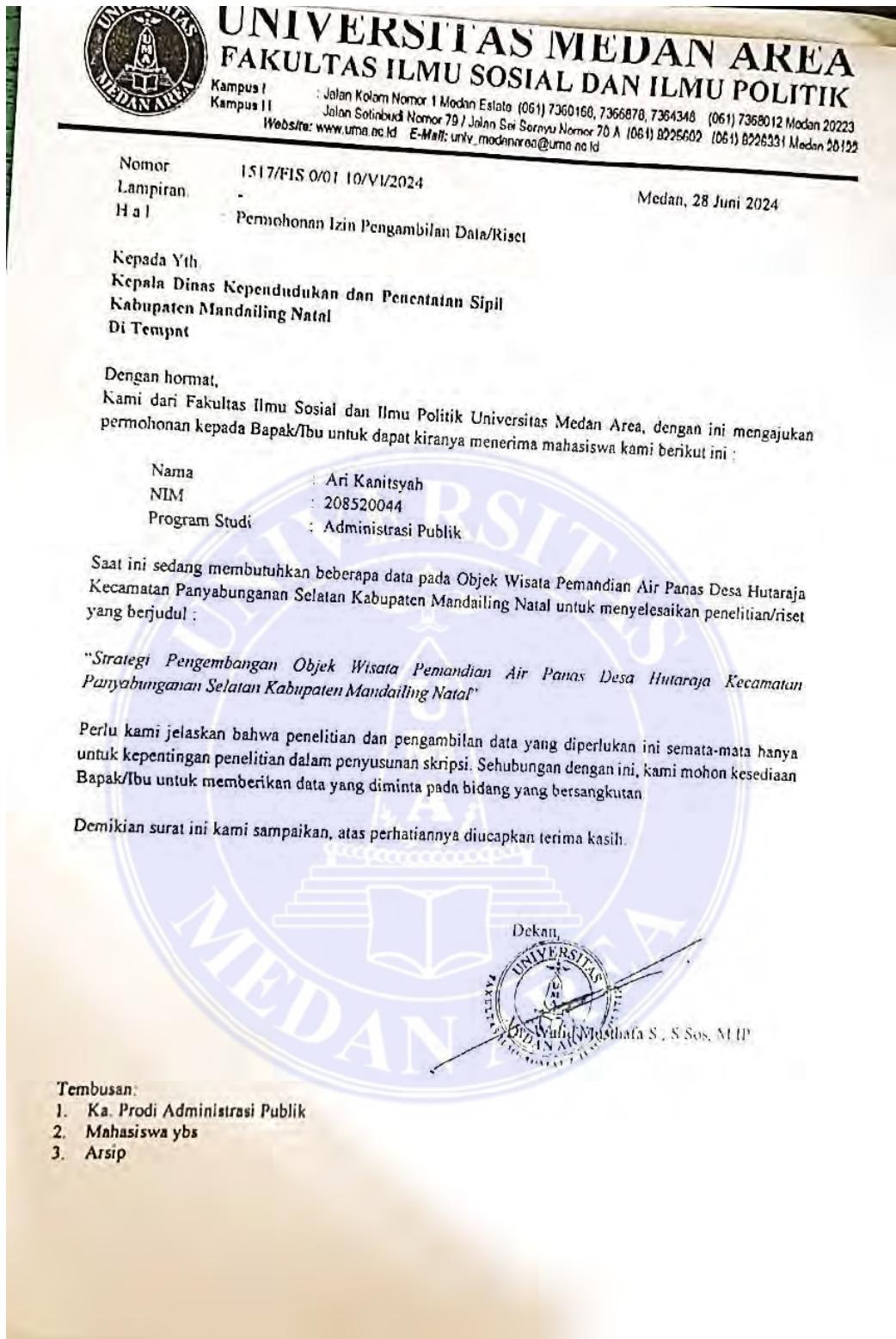
"Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.


Dr. Walid Musthafa S., S.Sos, M.I.P.

Tembusan:
1. Ka. Prodi Administrasi Publik
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kelam Nomor 1 Medan Estate. (061) 7360160, 7366078, 7364348, (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sri Sarayu Nomor 70 A (061) 8225602, (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id

Nomer : 1517/FIS/0/01/10/VII/2024 Medan, 2-I Juni 2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth
Ketua Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)
Di Tempat

Dengan hormat,
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini

Nama	Ari Kanitsyah
NIM	208520044
Program Studi	Administrasi Publik

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesedian Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

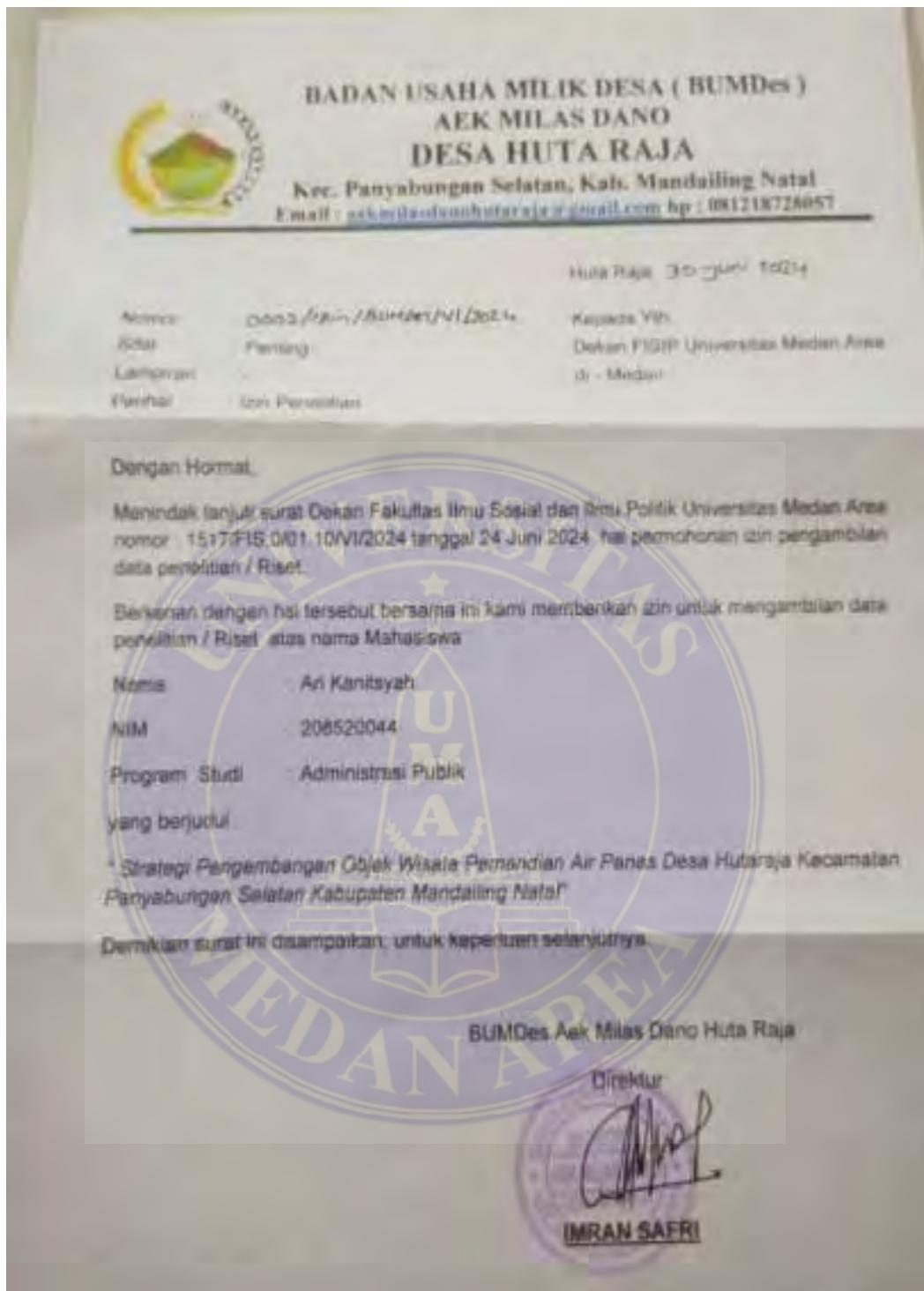
Dekan

Dr. Moustafa S., S.Sos, M.I.P.

Tembusan:
1. Ka. Prodi Administrasi Publik
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip







UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/12/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
DINAS PARIWISATA

Bagas Godang Jln. Lintas Sumatera Purba Baru, Lembah Sorik Marapi, Sumatera Utara Kode Pos 22994
Pos - el : dinaspariwisata.madina@gmail.com, Laman : pariwisata.madina.go.id

Panyabungan, 20 Juni 2024

Nomor : 556/ 461 /DISPAR/2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Jawaban Atas Surat
Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Yth. Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area
di -
Tempat

Berdasarkan surat yang kami terima dari Universitas Medan Area Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik perihal Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset dalam rangka Menyusun Skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PEMANDIAN AIR PANAS DESA HUTARAJA KECAMATAN PANYABUNGAN SELATAN KABUPATEN MANDAILING NATAL"

Atas nama

Nama : ARI KANITSYAH
NIM : 208520044
Program Studi : Administrasi Publik

Bawa permohonan tersebut dapat kami setujui.

Demikian surat ini disampaikan, kami ucapkan terimakasih.

Plt. KERAKA DINAS PARIWISATA
KABUPATEN MANDAILING NATAL

SALAMUDDIN NASUTION, S. Kom
PEMBINA
NIP. 19750824 200502 1 001



**PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
DINAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN DESA**
Kompleks Perkantoran Payabungan, Panyabungan, Sumatera Utara,
Kode Pos 29970 Telp. (0636) 326186
PANYABUNGAN

Panyabungan, 02 Juli 2024

Nomer : 141 / 123 /DPMD/2024
Sifat : Segera
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Memberikan Izin Pengambilan
Data/Riset.

Yth. Sdr.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area.
di
Tempat

Menindaklanjuti Surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor :
1517/FIS.0/01.10/VI/2024 tanggal 24 Juni 2024 hal Permohonan
Izin Pengambilan Data/Riset atas nama sebagai berikut:

Nama : Ari Kanitsyah
NIM : 208520044
Program Studi : Administrasi Publik.

Memberikan izin kepada Mahasiswa tersebut di atas untuk
melaksanakan Penelitian dan Pengambilan Data/Riset yang
diperlukan dalam penyusunan Skripsi pada Dinas Pemberdayaan
Masyarakat dan Desa Kabupaten Mandailing Natal.

Demikian disampaikan untuk dilaksanakan dengan penuh
rasa tanggungjawab.

KEPALA DINAS PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DAN DESA
KABUPATEN MANDAILING NATAL

IRBAL PARIADI, S.STP
EMBINA TK.I
NIP. 19851018 200412 1 003



**PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN,
RISET DAN INOVASI DAERAH**

Komplek Perkantoran Payaloting, Panyabungan, Sumatera Utara, KodePos 22978
Email : bapperida@mail.madina.go.id, Website : <https://madina.go.id/webmail>.

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 000.71/ 852 /BPRI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BIRUL WALIDAIN, ST
NIP : 19740508 200212 1 003
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina TK.I (IV/b)
Jabatan : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Mandailing Natal.

dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area sebagai berikut :

Nama : ARI KANITSYAH
NIM : 208520044
Program Studi : Administrasi Publik
Judul Penelitian/Riset : Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Desa Hutaraja Kecamatan Panyabungan Selatan Kabupaten Mandailing Natal.

telah melaksanakan Penelitian berupa pengumpulan informasi dan data-data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi sebagaimana tersebut di Badan Perencanaan Pembangunan, Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Mandailing Natal.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuatuntuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



