

# **STRATEGI PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA BUDAYA DI KAMPUNG WISATA SARIBU GONJONG**

**Proyek Akhir Ini Diajukan  
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Terapan Pariwisata**



**Oleh :**

**NELYA SUIA  
19.10.002.93301.012**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
FAKULTAS PARIWISATA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

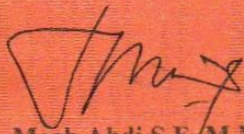
**2023**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR

Proyek Akhir ini telah diperiksa, disetujui dan di sahkan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya dipertanggungjawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

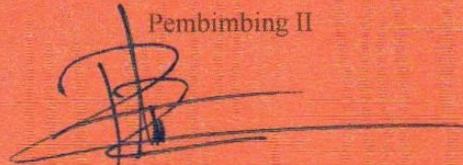
Bukittinggi, 18 Agustus 2023

Pembimbing I



**Moch Abdi, S.E., M.M**  
NIDN.1006068002

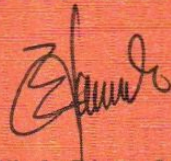
Pembimbing II



**Rozi Yuliani, S.ST.Par.M.M**  
NIDN.1031078602

Menyetujui :

Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata



**Winda Diana, M.Par**  
NIDN.1009058801

## PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR

Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, menyatakan bahwa Proyek Akhir yang diajukan oleh:

Nama : Nelya Suita

NIM : 191000293301012

Judul : Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Di Kampung Wisata Saribu Gonjong

Telah berhasil dipertahankan dihadapan penguji dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 18 Agustus 2023

Penguji I

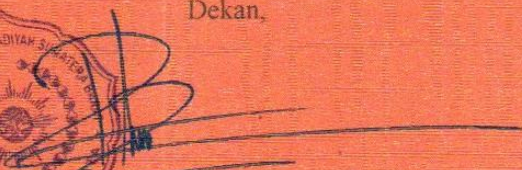
Penguji II

Vina Kumala S.E., M.M., Ak  
NIDN 1017057103

Wina Asty, S.Pd., M.M., Par  
NIDN 1019048301

Menyetujui  
Dekan,



  
Rozi Yuliani S.ST., Par., M.M  
NIDN 1031078602

**TOURISM FACULTY  
TOUR AND TRAVEL BUSINESS**

***Last Project, 22 Agustus 2023***

***Nelya Suita***

***strategy for the development of cultural tourism attractions in the tourist village of Saribu Gonjong***

**ABSTRACT**

*This research originated from observations that researchers made in the Saribu Gonjong Tourism Village area where it was known that the area was a cultural center in Fifty City District. However, researchers found a lack of awareness of preserving the culture shown by the surrounding community. The problem that researchers get is the weakness of human resources in developing cultural tourism attractions and not knowing much about cultural tourism. The purpose of this research is to describe the strategy for developing cultural tourism attractions in Saribu Gonjong Tourism Village, Fifty City District.*

*This type of research is a qualitative descriptive research. The population in this study are the people who are in the area, both traditional pioneers and people who do not have status in the clan. Data collection techniques are carried out by direct communication through observation, interviews and documentation.*

*The results of this study can be concluded, among others: Internal factors which are the weaknesses of Cultural Tourism Attractions in the Saribu Gonjong Tourism Village Area: a) not many are able to organize this traditional event, such as making traditional food that takes a long time to cost a lot of money to be a weakness in every this event, b) the lack of regeneration of customary successors/successors that are developing is one of the factors that weakens us in developing them. External factors that become opportunities for cultural tourism attractions in the Saribu Gonjong area are: a) art galleries in the Sarugo Tourism Village area can be an opportunity to enliven every event in the area, b) government participation can assisting the implementation of traditional events in funding. External Factors that are a Threat to Cultural Tourism Attractions in the Sarugo Tourism Village Area: a) there are not many teenagers who want to continue and preserve traditional events in the Saribu Rumah Gadang area, b) the generation of special food makers is also relatively small in Saribu Gonjong area.*

***Keywords: Strategy, Development, Tourist Attractions, Cultural Tourism***

## **FAKULTAS PARIWISATA**

### **PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**

**Proyek Akhir, 22 Agustus 2023**

**Nelya Suita**

#### **Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Di Kampung Wisata SaribuGonjong**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini berawal dari pengamatan yang peneliti lakukan di kawasan Kampung Wisata Saribu Gonjong dimana diketahui bahwa Kawasan tersebut adalah pusat kebudayaan yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota. Namun peneliti menemukan kurangnya kesadaran akan melestarikan budaya yang ditunjukkan oleh masyarakat sekitar. Permasalahan yang peneliti dapatkan adalah lemahnya SDM dalam pengembangan atraksi wisata budaya dan tidak banyaknya mengetahui tentang wisata budaya tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong Kabupaten Lima Puluh Kota.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di kawasan tersebut baik pembuka adat maupun masyarakat yang tidak memiliki status di kaum. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan komunikasi langsung melalui observasi wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan diantara lain: Faktor-faktor Internal yang menjadi kelemahan Atraksi Wisata Budaya di Kawasan Kampung Wisata Saribu Gonjong: a) tidak banyak yang mampu meyelenggarakan acara adat ini, seperti pembuatan makanan adat yang lama hingga biaya yang besar menjadi kelemahan pada setiap acara, b) kurangnya regenerasi penyambung/penerus adat yang berkembang menjadi salah satu faktor yang melemahkan kita dalam mengembangkannya. Faktor-faktor Eksternal yang menjadi Peluang Atraksi Wisata Budaya di kawasan Saribu Gonjong ialah: a) sanggar-sanggar seni yang ada di daerah Kampung Wisata Sarugo dapat menjadi salah satu peluang untuk memeriahkan setiap acara yang ada di kawasan tersebut, b) peran serta pemerintah dapat membantu terselenggaranya acara adat dalam pendanaan. Faktor-faktor Eksternal yang menjadi Ancaman Atraksi Wisata Budaya di Kawasan Kampung Wisata Sarugo: a) tidak banyak remaja-remaja yang mau meneruskan dan melestarikan acara-acara adat yang ada pada kawasan Saribu Rumah Gadang, b) generasi pembuat makanan khas juga tergolong sedikit di daerah Saribu Gonjong.

**Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Atraksi Wisata, Wisata Budaya**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nelya Suita

Nim : 191000293301012

Dengan ini menyatakan bahwa proyek akhir saya yang berjudul **Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Di Kampung Wisata Saribu Gonjong** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip secara langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk adalah benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

Bukittinggi, 18 Agustus 2023

Saya yang menyatakan



Nelya Suita

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI PROYEK AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMINS**

Sebagai Sivitas Akademika Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nelya Suita  
NIM : 191000293301012  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
Jenis Karya Ilmiah : Proyek Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas proyek akhir saya yang berjudul:

**“Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong”**

Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengakuan data (*database*), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bukittinggi

Pada tanggal : 18 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,

Nelya Suita

## RIWAYAT HIDUP

Nelya Suita, dilahirkan di Muara Tapus pada tanggal 05 September 1999 adalah anak keenam dari pasangan orang tua Marwan dan Nur Enni.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 14 Pematang Sontang, pada tahun 2012, Sekolah Stanawiyah Muallimin Ujung Gading, pada tahun 2016 dan Sekolah Aliyah Muhammadiyah Muallimin Ujung Gading pada tahun 2019. Pada tahun ini juga peneliti diterima di jurusan Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Selama berkuliah di Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, penulis mendapatkan kesempatan untuk magang di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Lima Puluh Kota selama empat bulan, dan magang kedua ditempatkan di Banyuwangi Bangsreng Underwater selama enam bulan. Selama magang, peneliti banyak mendapatkan ilmu serta pengetahuan yang ada di lapangan sehingga bisa diterapkan nantinya apabila sudah lulus dari bangku perkuliahan.

Nelya Suita





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas tersusunnya proyek akhir ini dengan judul “**Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Di Kampung Wisata Saribu Gonjong**” ini dengan baik dan lancar. Proyek Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat akhir untuk menempuh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Penulis bersyukur telah menyelesaikan karya tulis ini walaupun berbagai hambatan dan kesulitan selama menyelesaikannya. Namun karena bantuan dan dorongan dari semua pihak, akhirnya dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu terutama adalah :

1. Bapak Dr. Riki Saputra, MA, Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Ibu Rozi Yuliani, S.ST.Par, MM, Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
3. Ibu Winda Diana M, Par selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
4. Bapak Moch Abdi, S.E., M.M selaku pembimbing I dalam penulisan Proyek Akhir
5. Ibu Rozi Yuliani, S.ST.Par, MM selaku pembimbing II dalam penulisan Proyek Akhir

6. Orang Tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Proposal penelitian.
7. Ninik Mamak Bundo Kandung, Wali Jorong serta Pokdarwis Kampung Wisata Sarugo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian, sebagai syarat memenuhi program.
8. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan karya tulis ini.
9. Semua pihak yang telah membantu hingga terpenuhinya tugas Proyek Akhir ini, semoga bermanfaat bagi semua. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan peneliti pada khususnya.

Penulis

Nelya Suita

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b>	.....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	.....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	.....	iii
<b>ABSTRACT</b>	.....	iv
<b>ABSTRAK</b>	.....	v
<b>ORSINALITAS</b>	.....	vi
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	.....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	.....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b>	.....	viii
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	x
<b>DAFTAR TABEL</b>	.....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	.....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>		
1.1 Latar Belakang.....		1
1.2 Identifikasi Masalah .....		5
1.3 Batasan Masalah .....		5
1.4 Perumusan Masalah.....		6
1.5 Tujuan Penelitian.....		6
1.6 Manfaat Penelitian.....		6

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1	Kerangka Teoritis .....	8
2.1.1	Teori Strategi .....	8
2.1.2	Tujuan Strategi .....	9
2.1.3	Tahapan Strategi .....	10
2.2	Teori Strategi Pengembangan .....	11
2.3	Teori Pengembangan .....	13
2.3.1	Jenis Pengembangan .....	14
2.3.2	Tahapan Pengembangan Atraksi .....	15
2.4	Teori Atraksi Wisata .....	17
2.5	Teori Wisata Budaya .....	18
a.	Aspek Wisata Budaya .....	19
b.	Daya Tarik Wisata Budaya .....	20
c.	Komponen Wisata Budaya .....	20
2.6	Penelitian relevan .....	21
2.7	Kerangka Konseptual .....	24

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Waktu Tempat Penelitian .....	26
3.3	Objek Penelitian .....	26
3.4	Subjek Penelitian .....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6	Instrumen Penelitian .....	29
3.7	Sumber Data .....	31

3.8	Teknik Analisis Data .....	32
3.9	Analisis SWOT .....	33

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	37
4.1.1	Gambaran Umum Kampung Wisata Sarugo .....	37
4.1.2	Struktur Pengurus Pokdarwis Sarugo .....	38
4.2	Hasil Pelatihan .....	39
4.2.1	Hasil Wawancara .....	39
4.3	Pembahasan Penelitian .....	60
4.3.1	Strategi Atraksi Wisata Budaya Kampung Wisata Sarugo .....	62
4.4	Evaluasi IFAS .....	63
4.5	Matriks IFAS .....	64
4.6	Evaluasi EFAS .....	65
4.7	Matriks EFAS .....	66
4.8	Matriks IE .....	67

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	70
5.2	Saran .....	71

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	72
-----------------------	-------	----

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Potensi Atraksi Wisata Budaya .....	3
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampung Sarugo .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Relevan .....	21
Tabel 3.1 Tempat Waktu Penelitian .....	26
Tabel 3.2 Subjek Penelitian .....	27
Tabel 3.3 Kisi – Kisi Instrumen .....	30
Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT Atraksi Wisata Budaya Kampung Sarugo ...	59
Tabel 4.2 Indikator Internal .....	63
Tabel 4.3 Pembobotan Indikator Internal.....	63
Tabel 4.4 Penilaian Rating Indikator Internal.....	63
Tabel 4.5 Matriks IFAS .....	65
Tabel 4.6 Indikator Eksternal .....	65
Tabel 4.7 Pembobotan indikator Eksternal .....	65
Tabel 4.8 Penilaian Rating Indikator Eksternal .....	65
Tabel 4.9 Matriks EFAS .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kampung Wisata Saribu Gonjong.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Peneliti.....	24
Gambar 4.1 Struktur Pengurus Pokdarwis Sarugo .....	38
Gambar 4.2 Matrik IE .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kartu Bimbingan Proyek Akhir

Lampiran 2 : Permohonan Observasi Awal

Lampiran 3 : Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 4 : Pedoman Wawancara

Lampiran 5 : Dokumentasi Wawancara





# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu industri besar di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa kebijakan terkait pengembangan pariwisata di Indonesia. Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan kekayaan alam dan budaya, salah satunya pariwisata. Jika dikembangkan dengan baik, pariwisata dapat memberantas kemiskinan, mengurangi pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Pengembangan pariwisata saat ini dimulai dari pengembangan potensi desa wisata. Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan. Alasan inilah yang membuat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terlibat dalam pengembangan desa wisata tersebut.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata alam dan budaya adalah Sumatera Barat. Beberapa desa di Sumatera Barat masih bertahan hingga saat ini dengan ciri khasnya masing-masing. Setiap daerah atau kota di Sumatera Barat memiliki desa wisata yang masing-masing memiliki keunggulan atau keunikan tersendiri, salah satunya adalah desa wisata Kampung Sarugo yang semakin beragam terlihat dari banyaknya objek wisata yang ditawarkan sehingga menarik banyak dikunjungi wisatawan, terletak di Lima Puluh Kota Sumatera Barat.


**Gambar 1.1 Kampung Wisata Sarugo**




Sumber : Instragram Kampung Wisata Sarugo

Kampung Wisata Kampung Sarugo (Saribu Gonjong) merupakan salah satu wisata budaya yang terkenal dikawasan Lima Puluh Kota. Kampung Sarugo menawarkan wisata alam dengan pemandangan indah yang dikelilingi pegunungan. Suasana asri desa adat ini masih asri, semilir angin gunung membawa suasana damai, selain itu belum ada sinyal jaringan, sehingga masih banyak anak-anak yang bermain permainan tradisional. Di sekitar desa ini juga terdapat beberapa air terjun yang dijadikan sebagai tempat wisata.

**Tabel 1. 1**  
**Potensi Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong**

No	Nama Atraksi	Definisi	Foto
1	Panjat Pinang Dalam Sawah (Wisata Budaya) <i>“something to see”</i>	Panjat pinang berasal dari zaman penjajahan Belanda. Lomba panjat pinang diadakan oleh orang Belanda jika sedang mengadakan acara besar seperti hajatan, pernikahan, dan lain-lain. Bagi yang mengikuti lomba ini adalah orang-orang pribumi.	
2	Tari Barabah Mandi (Wisata Budaya) <i>“something to see”</i>	Tarian ini ditampilkan untuk memeriahkan acara, untuk menghibur tamu, untuk ditampilkan pada festival dan acara-acara tertentu.	
3	Pacu Upiah (Wisata Budaya) <i>“something to see”</i>	Pacu Upiah merupakan lembaran dari pelepah pohon pinang yang sudah tua yang nantinya menjadi sebagai alat yang dipergunakan dalam kompetisi ini.	

No	Nama Atraksi	Definisi	Foto
4	Silek (Wisata Budaya) "something to see"	Masyarakat Minangkabau memiliki tabiat suka merantau semenjak beratus-ratus tahun yang lampau. Untuk merantau tentu saja mereka harus memiliki bekal yang cukup dalam menjaga diri dari hal-hal terburuk selama di perjalanan atau di rantau.	
5	Tari Pasambahan (Wisata Budaya) "something to see"	Tari Pasambahan Merupakan kebiasaan Kampung wisata sarugo untuk menyambut Tamu aeal datang di kawasan kampung wisata sarugo., bentuk penyambutan tari pasambahan dan hidangan sekapur sirih yang disuguhkan kepada tamu dengan bahasa petatah petitih.	

Sumber : Pokdarwis kampung Wisata Sarugo 2023

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Kunjungan wisatawan di Kampung Wisata Sarugo**  
**2019-2023**

No	Bulan	Tahun					Pengunjung Domestik	Pengunjung Mancanegara
		2019	2020	2021	2022	2023		
1	Januari	0	60	135	181	23	399	0
2	Februari	0	128	119	143	0	390	0
3	Maret	0	116	523	111	0	748	4
4	April	0	0	92	0	1.429	1.521	0
5	Mei	0	0	184	0	289	473	0
6	Juni	0	112	214	0	0	326	0
7	Juli	0	265	116	0	0	381	0
8	Agustus	0	253	423	0	0	676	0
9	September	19	180	254	0	0	453	0
10	Oktober	77	93	143	0	0	313	0
11	November	71	120	226	0	0	417	0
12	Desember	78	133	343	0	0	554	0

Sumber : Pokdarwis Kampung Wisata Sarugo 2023

Dengan adanya potensi atraksi wisata di Kampung Sarugo yang dapat menarik wisatawan berkunjung untuk menyaksikan keindahan Kampung Wisata Sarugo dan Atraksi Wisata budaya yang dapat dimanfaatkan demi mengembangkan Atraksi Wisata. Masalah yang peneliti temukan adalah lemahnya SDM terdapat dari kelemahan yang berasal dari masyarakat internal.

Dilihat dari keterbatasan infrastruktur yang ada di desa wisata Sarugo, dikarenakan kurang berkembangnya tempat wisata budaya, dilihat dari minimnya sinyal internet, dan kurangnya publisitas seperti promosi wisata wisata budaya, melalui internet seperti web, iklan dan instagram.

Selain itu, karena aksesibilitas tempat wisata ke Kampung Wisata Sarugo yang kurang memadai, jarak ke Kampung Wisata Sarugo yang jauh, jalan menuju Kampung Wisata Sarugo yang tidak sempurna, transportasi umum dan masalah lainnya. Akses menuju tempat wisata ini juga kurang atau sulit ditemukan.

Selain itu, tempat wisata budaya tidak dapat beroperasi karena jaringan internet tidak stabil dan kegiatan promosi dihentikan atau terganggu. Kecepatan Internet yang lambat menyebabkan promosi yang lambat dan tidak efektif, dan seringkali jaringan yang terputus-putus membuat sulit untuk menyampaikan pesan atau promosi yang lengkap. Jaringan internet yang tidak dapat diakses membuat calon pelanggan sulit mendapatkan informasi mengenai promosi.

Maka berdasarkan uraian dari latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang diangkat dengan judul **Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong.**

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Keterbatasan sumber daya manusia dalam mengembangkan atraksi wisata budaya
2. Keterbatasan infrastruktur sarana dan prasarana
3. Kurangnya promosi Atraksi Wisata budaya di Kampung Wisata Sarugo
4. Keterbatasan Aksesibilitas di Kampung Wisata Sarugo

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, karena terbatasnya waktu dan tenaga maka penelitian hanya berfokus pada Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Sarugo.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, mengevaluasi Strategi mengembangkan atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Sarugo.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa tujuan penelitian adalah untuk mengevaluasi Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Sarugo dilihat dari

1. Aspek Wisata Budaya
2. Daya Tarik Wisata Budaya

### 3. Komponen Wisata Budaya

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak, baik secara teoritis maupun secara praktis.

##### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk dijadikan acuan bagi penelitian sejenisnya dan hal - hal yang berkaitan dengan pengorganisasian pengembangan atraksi wisata dan pemberdayaan masyarakat.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi lembaga terkait seperti pengembangan atraksi wisata dan swadaya masyarakat. Hasil penelitian ini juga di harapkan bermanfaat bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UMSB) khususnya program Studi Usaha Perjalan Wisata (UPW) Fakultas Pariwisata.

##### 3. Manfaat Umum

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pihak Kampung Wisata Saribu Gonjong berupa Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### **2.1.1. Teori Strategi**

Menurut Johnson dan Scholes (2016) Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Menurut Siagian (2016) juga menyatakan Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Kemudian Craig dan Grant (2016) menyebutkan Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*).

Sedangkan menurut Chandler dalam Persari dkk (2018) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya menurut Hamel dan pharalad dalam Tania (2018) Strategi merupakan tindakan yang bersifat instrumental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh



pelanggan di masa depan. senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana dan eksekusi sebuah aktivitas untuk mencapai sasaran dan tujuan-tujuan sesuai dengan peluang-peluang. Selain itu, dapat juga disimpulkan sebagai rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan dengan mengaitkan secara efektif sasaran dan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran tujuan organisasi.

### **2.1.2 Tujuan Strategi**

Tujuan strategi dalam sebuah penjabaran dari pernyataan misi, yang dikembangkan dengan spesifisitas yang lebih besar mengenai bagaimana perusahaan akan melakukan misinya. Tujuan bersifat kebijakan, program, atau manajerial, dan dinyatakan dengan cara yang memungkinkan penilaian atas pencapaian sasaran di masa depan.

Menurut (Priharto Sugi, 2020) ada tujuh tujuan strategi seperti berikut ini.

1. Memberikan arah jangka panjang perusahaan yang bakal dicapai.
2. Membantu perusahaan beradaptasi pada setiap perusahaan.
3. Membuat kinerja perusahaan menjadi lebih efektif.
4. Mengaplikasikan dan mengevaluasi strategi yang disepakati dengan efektif dan efisien.

5. Membuat strategi baru untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal.
6. Meninjau ulang kelebihan dan kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman bisnis perusahaan.
7. Berinovasi pada produk dan layanan sehingga selalu disukai oleh konsumen.

### 2.1.3 Tahapan Strategi

Terdapat tiga tahapan proses strategi menurut David dalam (Maruf, 2019) di antaranya :

#### 1. Perumusan Strategi (*Strategy formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi, yang meliputi:

- a. pengembangan visi dan misi.
- b. identifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman.
- c. menganalisa kekuatan dan kelemahan internal.
- d. merumuskan tujuan jangka panjang.
- e. menghasilkan strategi alternatif.
- f. memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

#### 2. Implementasi Strategi (*Strategy implemented*)

Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan anggaran mengembangkan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

### 3. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih. Metode laporan analisa bisa diterapkan dalam periode tahunan, bulanan atau mingguan, supaya segala penyimpangan dapat dievaluasi dan diperbaiki kinerjanya dengan harapan, segala sesuatu yang telah direncanakan dapat berjalan dengan semestinya.

## 2.2 Teori Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa teknik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu sistem total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi (Iskandar Wiryokusumo, 2014).

Menurut Rangkuti (2016), pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep – konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep – konsep adalah sebagai berikut:

1. Kompetensi Khas (*Distinctive competence*)

Adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Day dan Wensley (2016), identifikasi distinctive competence dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya

2. Keunggulan Kompetitif (*Competitive advantage*)

Adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Porter (2016). Ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

a. Kepemimpinan Biaya (*Cost leadership*)

Apabila perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dari pada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena memanfaatkan skala ekonomis, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dan lain sebagainya.

b. Strategi Diferensiasi (*Differentiation strategies*)

Apabila kombinasi target persaingan keil atau sempit dikombinasikan dengan perbedaan produk maka perusahaan harus fokus keragaman produk. Strategi perbedaan produk (*differentiation*), mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan sendiri dalam pasar yang menjadi

sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar – besarnya dari konsumen potensialnya.

c. Strategi Fokus (*Focus strategies*)

Apabila perusahaan mempunyai target persaingan kecil atau sempit, tetapi juga ingin biaya rendah, dia harus fokus pada biaya produksi (*cost focus*) sebagai alat untuk menjadi unggul. Strategi jenis ini ditunjukkan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relative kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga.

Strategi pengembangan adalah usaha yang terencana dan berkelanjutan untuk menerapkan ilmu perilaku guna pengembangan sistem dengan menggunakan metode – metode refleksi dan analisis diri.

Strategi pengembangan adalah cara atau strategi yang digunakan oleh wadah atau tempat guna proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak, antara lain pengelola dan karyawan dengan perubahan-perubahan itu diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan suatu perusahaan, yang memerlukan usaha jangka pendek, menengah, dan panjang guna menghadapi perubahan yang akan terjadi pada masa mendatang.

### 2.3 Teori Pengembangan

Menurut Iskandar Wiryokusumo dalam Afrilianasari (2014) pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang

dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai bakat, keinginan serta kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri kearah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi mandiri.

Menurut Iskandar Wiyokusumo dalam Afrilianasari (2018) pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan – kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi mandiri.

### **2.3.1 Jenis Pengembangan**

Jenis pengembangan dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu, sebagai berikut:

#### **a. Pengembangan secara informal**

Pengembangan secara informal merupakan suatu proses dimana seorang karyawan atas keinginan dan usahanya sendiri berupaya untuk melatih dan mengembangkan dirinya misalnya dengan cara mempelajari buku-buku literatur yang ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatannya. Pengembangan

secara informal tersebut menunjukkan bahwa karyawan memiliki keinginan keras untuk maju dengan cara meningkatkan kemampuan kerjanya. Hal ini akan bermanfaat bagi arti daya saing perusahaan sebab prestasi kerja karyawan semakin besar, disamping efisiensi dan produktifitasnya juga semakin baik.

#### **b. Pengembangan secara formal**

Pengembangan secara formal dapat diartikan sebagai suatu proses dimana seorang karyawan diberi tugas oleh perusahaan untuk mengikuti pendidikan atau latihan, baik yang dilakukan perusahaan maupun yang dilaksanakan oleh lembaga – lembaga pendidikan atau pelatihan. Perusahaan melakukan upaya pengembangan tersebut karena tuntutan pekerjaan saat ini ataupun masa datang, yang sifatnya nonkarier atau peningkatan karier seorang karyawan. Pengembangan Atraksi Wisata adalah suatu usaha untuk memajukan daya tarik didaerah wisata dengan membenahi atraksi – atraksi yang ada diobjek wisata tersebut.

#### **2.3.2 Tahapan Pengembangan Atraksi**

Menurut Gusroy (2016) berikut tahapan strategi pengembangan Atraksi Wisata sebagai berikut :

1. Analisis potensi wisata
  - a) Lakukan analisis potensi wisata dengan mengevaluasi sumber daya alam, budaya, sejarah, dan manusia yang ada didaerah wisata tersebut

b) Identifikasi potensi atraksi wisata yang dapat dikembangkan dan perlunya perlindungan terhadap sumber daya yang rentan

2. Identifikasi segmen pasar

Identifikasi segmen pasar yang akan menjadi target atraksi wisata. Kenali preferensi, kebutuhan, dan keinginan pengunjung potensial dalam masing – masing segmen.

3. Perencanaan dan pengembangan

Produk wisata, berdasarkan analisis potensi wisata dan identifikasi segmen pasar buatlah produk atau atraksi wisata yang unik dan menarik bagi pengunjung

4. Pengembangan infrastruktur dan fasilitas

Pastikan infrastruktur yang memadai untuk mendukung atraksi wisata yang dikembangkan. Termasuk aksesibilitas, akomodasi, transportasi dan fasilitas penunjang lainnya.

5. Promosi

Rancang strategi pemasaran dan strategi pemasaran promosi yang tepat untuk mencapai target pasar.

Menurut Soekadijo (2016) pengembangan suatu atraksi wisata dilakukan berhasil bila memiliki persyaratan sebagai berikut :

1. Kegiatan dan objek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik
2. Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat



3. Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas special suatu perjalanan. Oleh Karen itu juga harus memenuhi semua determinan mobilitas spesial, yaitu akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran
4. Keadaan ditempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama
5. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi.

#### **2.4 Teori Atraksi Wisata**

Menurut Yunia dan Petrus (2015) Atraksi Wisata adalah segala sesuatu yang terkandung didalam suatu daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik yang diinginkan orang untuk mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut. Atraksi juga disiapkan terlebih dahulu agar pengunjung dapat melihat dan menikmatinya, antara lain tarian, lagu kesenian daerah, upacara adat, dan lain sebagainya.

Kemudian dapat disimpulkan bahwa Atraksi Wisata adalah segala sesuatu yang sebelumnya telah dipersiapkan terlebih dahulu agar memperoleh suatu keindahan yang bernilai baik dalam hal keragaman, keunikan dalam hal kekayaan budaya dan hasil buatan manusia, seperti tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, ritual adat dan atraksi wisata lainnya serta daya tarik bagi wisatawan.

Atraksi wisata adalah salah satu daya tarik yang memiliki nilai tersendiri dan mampu menarik para wisatawan agar mau berkunjung ke tempat tujuan daerah wisata Suwena dan Widyatmaja (2017), Atraksi wisata juga akan menjadi daya tarik tersendiri dari sebuah tujuan wisata bagi para wisatawan yang ingin

berlibur dan wisatawan dapat menikmati keindahan alamnya serta atraksi wisata yang disuguhkan di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Damanik & Weber (2016) Atraksi adalah obyek wisata (*tangible dan intangible*) yang dapat mendatangkan kesenangan bagi wisatawan. Atraksi dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu atraksi alam, atraksi budaya, dan atraksi buatan.

Menurut Witt & Mountinho (2017) Atraksi Wisata atau daerah tujuan wisata, adalah motivasi utama bagi para wisatawan dalam melakukan kegiatan kunjungan wisata. Lebih lanjut menurut Suwena & Widyatmaja (2017) atraksi disebut merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan, atraksi merupakan modal (*tourism resources*) atau sumber dari kepariwisataan.

Dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang memiliki nilai, baik yang berupa suatu keanekaragaman, yang memiliki keunikan, berupa kekayaan seni budaya maupun hasil buatan manusia yang menjadi faktor utama daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, yang membuat wisatawan termotivasi untuk melakukan kunjungan wisata.

## **2.5 Teori Wisata Budaya**

Definisi wisata budaya menurut Pendit dalam Priyanto (2016) adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar

negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni.

wisata budaya adalah jenis kegiatan pariwisata di mana motivasi penting pengunjung adalah untuk belajar, menemukan, mengalami dan mengkonsumsi budaya yang nyata dan tidak berwujud atraksi atau produk di daerah tujuan wisata (Richard, 2018).

Menurut Sillberg (2013), wisata budaya merupakan kunjungan orang dari luar destinasi yang di dorong oleh ketertarikan pada objek – objek atau peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki oleh kelompok, masyarakat daerah atau lembaga.

Menurut Nafila (2013) Wisata Budaya merupakan salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Dari pengertian para ahli di atas maka dapat di simpulkan bahwa wisata budaya merupakan suatu kegiatan pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama dalam berwisata.

#### **a. Aspek Wisata Budaya**

Menurut Mappi (2016), wisata budaya terdiri dari 6 aspek di antaranya :

1. Upacara – upacara adat
2. Tari-tarian traditional
3. Musik-musik traditional
4. Pakaian adat

5. Bangunan – bangunan bersejarah

6. Cagar Budaya

### **b. Daya Tarik Wisata Budaya**

Daya tarik wisata budaya menurut Pujaastawa dan Ariana (2015) terbagi 2 diantaranya :

1. Daya tarik yang bersifat berwujud (*Tangible*)
  - a) Perkampungan traditional yang memiliki adat
  - b) Perkampungan traditional yang memiliki tradisi
  - c) Benda cagar budaya
  - d) Museum
2. Daya tarik tidak berwujud (*Intangible*)
  - a) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat
  - b) Aktifitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat
  - c) Kesenian.

### **c. Komponen Wisata Budaya**

Komponen Wisata budaya menurut Pramana (2017) terbagi 3 diantaranya:

1. Adanya Daya tarik wisata  
 Daya tarik wisata mengacu pada kelestarian cagar budaya sebagai daya tarik yang meliputi perlindungan bangunan cagar budaya, perawatan bangunan cagar budaya, cagar budaya sebagai

atraksi, pelestarian budaya dan tradisi, budaya dan tradisi sebagai atraksi wisata.

2. Adanya Pelaku kegiatan Pelaku kegiatan seperti kelembagaan yang menjadi penggerak atau perencana kawasan wisata, kelembagaan media promosi dan monitoring kawasan wisata, kelembagaan yang menilai kepuasan pengunjung terhadap objek wisata serta kelembagaan yang menilai produktifitas ekonomi.
3. Fasilitas fisik wisata Fasilitas fisik wisata mengacu pada ketersediaan infrastruktur fisik kawasan wisata berupa toko cendramata, ruang terbuka hijau, jalur pejalan kaki, akomodasi wisata, petunjuk arah dan mobilitas bergerak.

## 2.6 Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan selanjutnya untuk menemukan hal yang baru untuk penelitian sebelumnya.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian yang relevan**

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Tahun	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	Muhammd Fajri	Startegi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kawasan Saribu Rumah Gadang Koto Baru Kabupaten Solok Selatan	2017	deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah Faktor-faktor Internal yang menjadi kelemahan Atraksi Wisata Budaya di Kawasan Saribu Rumah Gadang ialah: a) tidak banyak yang mampu meyenggarakan acara adat ini, seperti pembuatan makanan

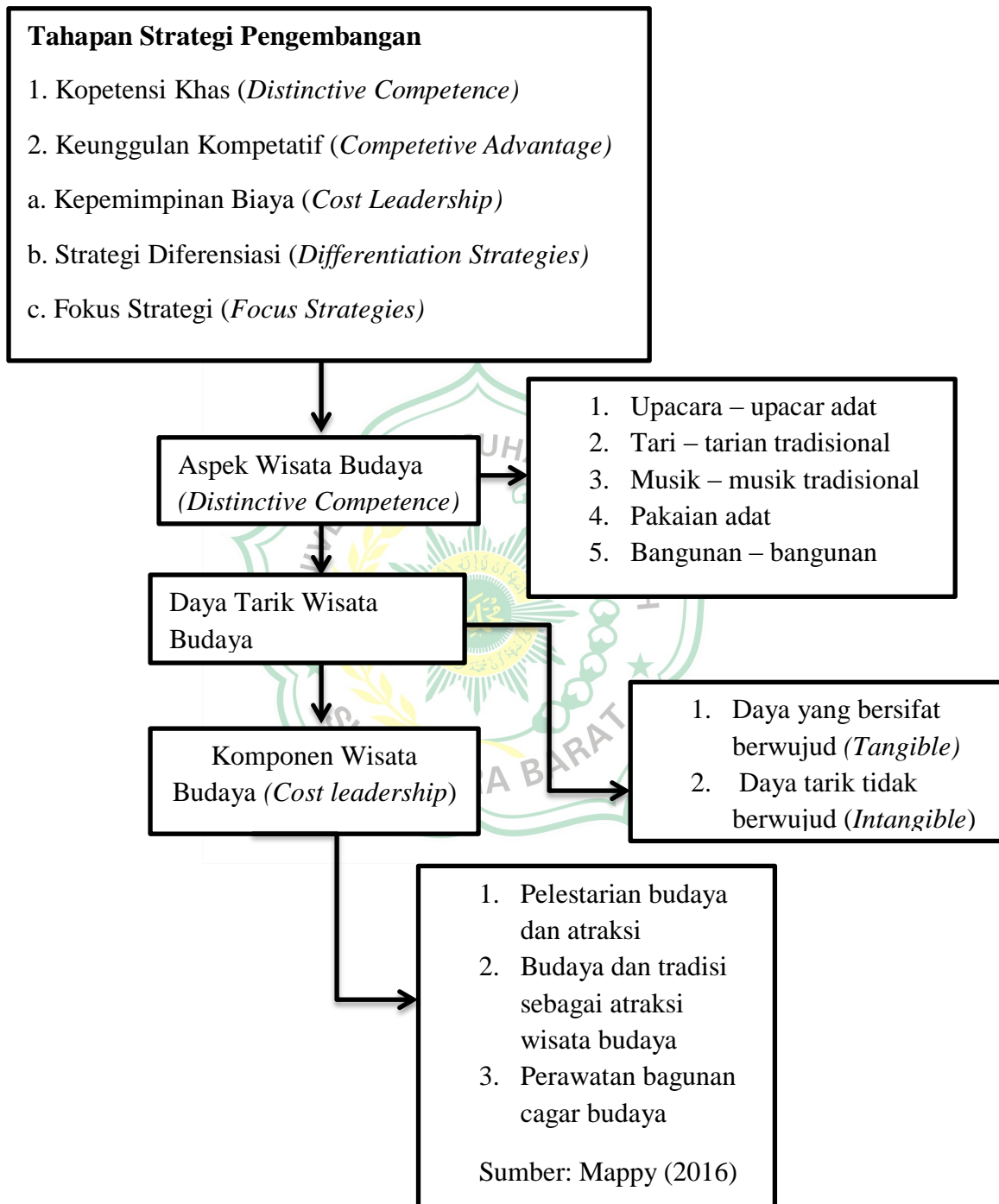
					adat yang lama hingga biaya yang besar menjadi kelemahan pada setiap acara ini, b) kurangnya regenerasi penyambung/penerus adat yang berkembang menjadi salah satu faktor yang melemahkan kita dalam mengembangkannya.
2.	M. Rahman Puadi dan Yulita Kusumasari S.T., M.Sc.	Startegi Pengembangan Atraksi Wisata di Hutan Pinus Asri Muntuk, Dlingo, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta	2018	deksriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah Objek wisata Pinus Asri hanya memiliki atraksi wisata alam dan atraksi wisata buatan. Atraksi wisata alam yang memiliki potensi paling menarik untuk dikunjungi yaitu hutan pohon pinus, sedangkan atraksi wisata buatan yang memiliki potensi menarik untuk dikunjungi yaitu atraksi wisata gardu sunrise.
3.	Dwi retno utari	Pengembangan atraksi wisata dan preferensi wisatawan dikawasan mangrove karangsong, kabupaten indramayu	2017	Deskriptif pendekatan kauntitatif	Hasil observasi menunjukkan bahwa atraksi wisata yang dapat dikembangkan adalah berperahu, menanam pohon, wisata edukasi, memancing, berwaiting dan canoeing. Sedangkan, penilaian wisatawan terhadap atraksi wisata berada pada kategori cukup baik dan preferensi wisatawan terhadap atraksi wisata yang berpotensi untuk dikembangkan berada pada kategori berminat.

4.	Wira triana dan yuliana	Strategi pengembangan atraksi wisata buatan dipantai kota pariaman	2021	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini secara menyeluruh adanya faktor internal yang didapatkan dari kekuatan dan kelemahan pantai serta faktor eksternal yang diperoleh dari peluang dan ancaman.
5.	Yoga barata ariwibowo	Pengembangan atraksi wisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan dikawasan wisata kampung toga kabupaten sumedang	2017	Deskriptif pendekatan kuantitatif	Hasil peneltitan ini, ditemukan bahwa kawasan wisata kampung toga perlu merubah strategi yang sudah ada. Dengan cara mengembangkan sdm dan finansial, promosi wisata yang lebih maksimal, serta optimalisasi alat manajemen.

## 2.7 Kerangka Konseptual

Menurut Notoatmodjo (2018), kerangka konseptual adalah kerangka hubungan antar konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variable-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti di bawah ini.

**Gambar 2. 1**  
Kerangka konseptual





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2017), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek sehingga peneliti dapat memahami, mencari data dan menemukan kebenaran yang terjadi di kawasan strategis pengembangan daya tarik wisata di Kampung Wisata Sarugo.

#### **3.2 Waktu Tempat Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kampung Wisata Saribu Gonjong, Jorong Sungai Dadok, Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Gunung Omeh, Kabupaten 50 Kota, Sumatera Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai akhir bulan Agustus 2023.

**Tabel 3. 1**

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Observasi Awal					
2	Penyusunan Proposal					
3	Bimbingan Proposal					
4	Seminar Proposal					
5	Pelaksanaan Penelitian					

Sumber: Peneliti 2023

### 3.3 Objek Penelitian

Menurut Supriadi (2015) pengertian objek penelitian adalah variable yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian dilakukan. Menurut Sugiyono (2018) objek penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh oeneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk itu objek dari penelitian ini adalah Wisata Budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong.

### 3.4 Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016) subjek penelitian adalah batasan penelitian dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variable penelitian.

Dalam penelitian ini penulis memilih subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling, menurut Sugiyono (2012) Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia adalah seorang pengusaha sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

**Tabel 3.2**  
Subjek Penelitian

No	Informan	Jabatan
1	Rici Ricardo (37 tahun)	Wali Jorong
2	Dt. Ilfan Godang (57 tahun)	Ninik Mamak
3	Zilbasarico (28 tahun)	Wakil Ketua Pokdarwis
4	Figo Fernando (22 tahun)	Anggota Pokdarwis
5	Felaa Septiani (23 tahun)	Anggota Pokdawis
6	Heru Hermansyah (44 tahun)	Wisatawan

Sumber : Olahan Penulis 2023

Penulis memilih informan sebagaimana yang telah dilampirkan pada tabel karena informan tersebut mengetahui mengenai keseluruhan aspek wisata budaya

yang ada di Kampung Wisata Sarugo, sehingga dapat membantu penulis dalam melakukan penelitian.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian kualitatif dilaksanakan secara natural setting. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya :

1. Observasi

Merupakan metode penelitian yang digunakan peneliti untuk memberi makna secara realitis dalam konteks yang dialami terhadap objek penelitian sesuai dengan pengamatan alat indra dari apa yang ditinjau, didengar, dirasakan, dan diamati.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang memperoleh informasi secara langsung melalui permintaan keterangan – keterangan kepada pihak pertama yang dipandang dapat memberikan keterangan atau jawaban terhadap pernyataan yang diajukan mereka yang memberikan jawaban terhadap pernyataan – pernyataan yang dilakukan melalui wawancara disebut responden. Datanya berupa jawaban – jawaban atau pernyataan – pernyataan yang diajukan untuk memperoleh informasi biasanya diajukan seperangkat pertanyaan dan pernyataan yang tersusun dalam suatu daftar (Mukhtar,2013).

Merupakan teknik pengumpulan data menggunakan cara mengajukan pertanyaan kepada pewawancara secara tatap muka atau melalui mediator

media, dengan tujuan memperoleh isu yang relevan menggunakan objek penelitian.

### 3. Dokumentasi

Merupakan instrument pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapatkan berita mendukung analisis data dan interpretasi data. Dokumentasi adalah kegiatan yang menyangkut dokumen, seperti buku, jurnal, surat informasi, majalah, arsip, foto, video, ataupun rekaman suara menjadi wujud komunikasi langsung.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen atau alat penelitian adalah penelitian itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti merupakan alat kunci dalam penelitian kualitatif. Menurut Nasution Sugiono (2017) adalah, Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan selain menggunakan orang sebagai alat penelitian utama. Alasannya, semuanya belum final, dan pertanyaan penelitian kunci, proses penelitian, asumsi yang digunakan, dan bahkan hasil yang diharapkan tidak dapat ditentukan dan dibuat jelas sebelumnya. Semuanya masih perlu dikembangkan selama proses penelitian. Dalam situasi ketidakpastian dan ketidakjelasan total, tidak ada pilihan selain menjadi satu-satunya alat yang diakui oleh para peneliti sendiri.

Berdasarkan kajian di atas, dapat dipahami bahwa peneliti adalah alat utama untuk menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, mengumpulkan data, mengevaluasi kualitas data, menafsirkan data dan menarik kesimpulan untuk mencapai tujuan, saring data dan informasi yang

dibutuhkan. Mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan cara observasi, wawancara untuk melengkapi alat-alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu handphone, kamera, dan lain-lain, dan catatan lapangan, yaitu catatan tertulis yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan selama berlangsungnya proses Pengumpulan mencatat data dan informasi.

**Tabel 3.3**

Kisi – Kisi Instrumen

<b>Varibael</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>
<b>Pengembangan Atraksi Wisata Budaya</b>	1.Aspek Wisata Budaya	1. Upacara – upacara adat 2. Tari – tarian tradisional 3. Musik – music tradisional 4. Pakaian adat 5. Bangunan – bangunan bersejarah 6. Cagar budaya
	2. Daya tarik wisata budaya	1. Daya tarik yang bersifat berwujud ( <i>tangible</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkampungan tradisional yang memiliki adat</li> <li>• Perkampungan tradisional yang memiliki tradisi</li> <li>• Benda cagar budaya</li> <li>• Museum</li> </ul> 2. Daya tarik tidak berwujud ( <i>intangible</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kehidupan adat dan tradisi masyarakat</li> <li>• Aktifitas budaya masyarakat yang khas disuatu tempat</li> <li>• Kesenian</li> </ul>
	3. Komponen Wisata Budaya	1. perlindungan bangunan cagar budaya 2. perawatan bangunan cagar budaya 3. cagar budaya sebagai atraksi 4. pelestarian budaya dan tradisi 5. budaya dan tradisi sebagai atraksi wisata

		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pelaku kelembagaan atau perencanaan kawasan wisata</li> <li>2. kelembagaan media promosi</li> <li>3. kelembagaan yang menilai kepuasan pengunjung</li> <li>4. kelembagaan yang menilai produktifitas ekonomi</li> </ol>
(Sumber: Mappi 2016)		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas fisik wisata</li> <li>2. ketersediaan infrastuktur</li> <li>3. toko cendramata</li> <li>4. ruang terbuka hijau</li> <li>5. jalur pejalan kaki</li> <li>6. akomodasi wisata</li> <li>7. petunjuk arah</li> <li>8. mobilitas bergerak</li> </ol>

### 3.7 Sumber Data

#### a. Data Primer

Data yang ditemukan oleh peneliti langsung dari sumbernya dengan tujuan menjawab masalah penelitian secara mendalam dan terperinci. Dalam penelitian kualitatif sumber data utama bersumber dari kata – kata, tindakan, hasil observasi, dan wawancara.

#### b. Data Sekunder

Data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari artikel, jurnal, dan berbagai sumber lain yang dapat mendukung masalah penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini menyangkut dokumen, seperti buku, jurnal, surat informasi, majalah, arsip, foto, video, ataupun rekaman suara menjadi wujud komunikasi langsung.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode menganalisis data yang diperoleh dari peneliti untuk menarik kesimpulan dari temuan penelitian. Proses melakukan penelitian data dengan menelaah semua data yang ada adalah perolehan data dari berbagai sumber, yaitu pengalaman yang dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan lain-lain, dari peneliti di lapangan. (Moleong, 2010).

Dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan pencatatan, kemudian diolah melalui pencatatan. Seorang peneliti membutuhkan analisis data dalam memecahkan kasus yang sedang dipelajarinya karena tanpa analisis data, seorang peneliti akan kesulitan untuk menyelesaikan penelitiannya.

Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik interaktif yang langkah – langkahnya seperti yang ditemukan oleh Burhan Bugin yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu data yang didapatkan dari sumber peneliti yang masih bersifat mentah serta belum di olah oleh peneliti

b. Redukasi data

Redukasi data yang diartikan sebagai proses pemilihan, perhatian pada penyederhanaan informasi dari data yang kasar dan dari catatan – catatan tertulis dilapangan.



c. Penyajian data

Penyajian data diartikan sebagai pengorganisasian, penggabungan informasi, yang mempermudah peneliti untuk menarik kesimpulan.

### 3.9 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016) Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Dalam pengembangan atraksi wisata budaya tersebut melakukan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) untuk mendapatkan suatu strategi yang tepat.

Menurut Freddy (2013) analisis SWOT adalah analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Menurut Maryam (2015) ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan strategi:

1. Faktor Internal

Faktor Internal adalah faktor – faktor yang berupa daya tarik yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal.

2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal adalah faktor – faktor yang berupa daya tarik wisatawan yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan. Analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancaman dilakukan untuk mengetahui posisi daerah dalam berhadapan dengan lingkungan eksternalnya.

Menurut Rangkti dalam Habibah (2015) Formulasi strategi disusun dengan menggunakan hasil analisis SWOT adalah dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Menurut Dj. Rusmawati (2017) unsur-unsur SWOT meliputi:

1. Kekuatan (*Strengths*) Unsur pertama dari SWOT adalah kekuatan (*Strengths*), yang dimaksud dengan kekuatan (*Strengths*) adalah semua potensi yang dimiliki perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti kualitas sumber daya manusia, fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain. Yang

dimaksud faktor-faktor kekuatan adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada kepemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Contoh: kekuatan pada sumber daya keuangan, citra positif, keunggulan kedudukan di pasar, dan kepercayaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan atau yang berkaitan.

2. Kelemahan (*Weaknesses*) Adalah analisis kelemahan, dimana situasi dan kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan pada saat ini. Tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan, akibatnya kegiatan-kegiatan perusahaan belum bisa terlaksana secara maksimal. Misalnya: kekurangan dana, karyawan kurang kreatif dan malas, tidak adanya teknologi yang memadai dan sebagainya.
3. Peluang (*Opportunities*) Adalah faktor-faktor lingkungan luar atau eksternal yang positif, secara sederhana dapat diartikan sebagai setiap situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau satuan bisnis.

Dalam hal ini yang dimaksud situasi lingkungan adalah:

- a. Perubahan dalam kondisi pesaing.
- b. Hubungan antara pembeli (konsumen).
- c. Hubungan dengan pemasok yang harmonis.
- d. Kecendrungan penting yang terjadi dikalangan penggunaan produk.
- e. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.

4. Ancaman (*Threats*) Ancaman yang dimaksud dalam analisis SWOT yang bisa terjadi di lapangan adalah:

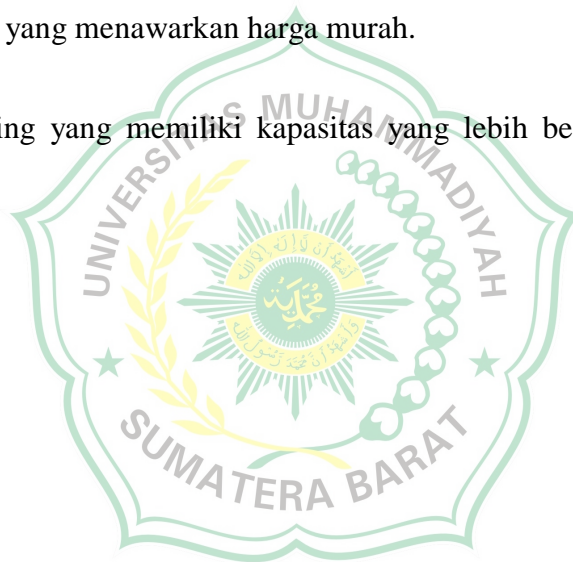
a. Harga bahan baku yang fluktuatif

b. Masuknya pesaing baru di pasar.

c. Pertumbuhan pasar yang lambat.

d. Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga dapat pindah ke pesaing yang menawarkan harga murah.

e. Pesaing yang memiliki kapasitas yang lebih besar dan daya jangkauan luas.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

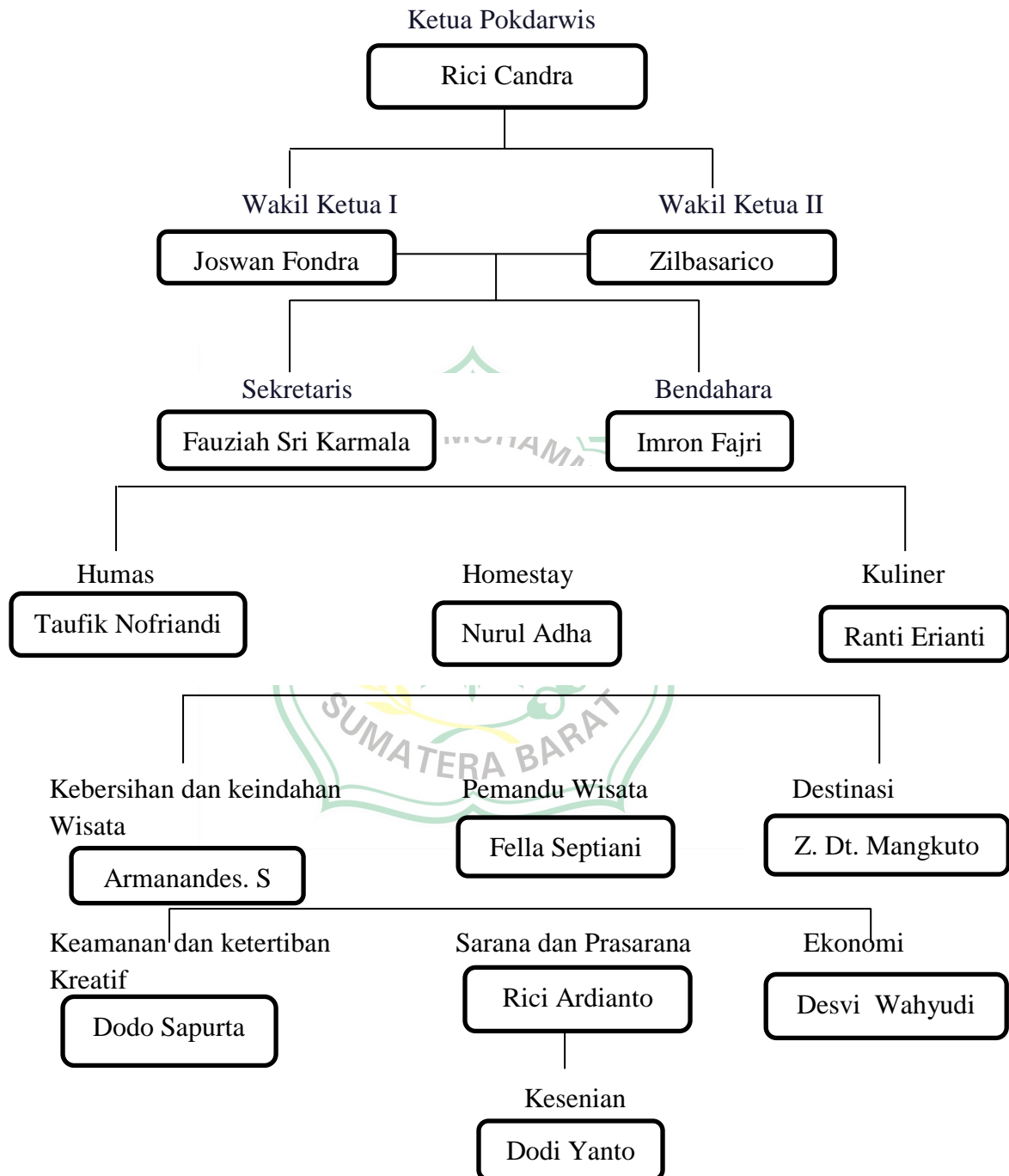
##### **4.1.1 Gambaran Umum Kampung Wisata Sarugo**

Kampung Wisata Sarugo merupakan Desa wisata Saribu Gonjong atau Sarugo yang menyuguhkan khas pedesaan di Sumatera Barat. Kampung wisata Sarugo terletak di Jorong Sungai Dadok, Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Gunung Omeh, Lima puluh Kota, Sumatera Barat. Rumah-rumah gadang berjajar sangat indah. Sementara udaranya sejuk membuat para pengunjung betah bertahan di sana.

Daerah perbukitannya sangat indah. Alam sekitarnya masih asri dan udaranya masih bersih dan segar. Masyarakat di sana umumnya bergantung pada sektor pertanian. Mereka biasanya ditanami sejumlah besar pohon jeruk Gunung Omeh. Setiap warga desa memiliki kebun jeruk Siam Gunung Omeh di rumahnya. Jeruk Siam Gunung Omeh (jesigo), menawarkan keramahan kepada tamu yang berkunjung. Kampung Sarugo bergotong royong mengikuti API 2020 dan akhirnya berhasil meraih juara 2 kategori Kampung Adat Terpopuler Indonesia kategori Awards 2020, Kelompok Sadar Wisata Sarugo 2021 juga mengikuti lomba Pokdarwis sesumbar dan akhirnya menjadi yang Terbaik Sumbar 2021 Tak lepas dari hal tersebut, Pokdarwis juga masuk dalam ADWI Top 50 2021 di tahun yang sama, dan peringkat ke-4 untuk kategori homestay.

#### 4.1.2 Kepengurusan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung

Wisata Sarugo Periode 2023:



Gambar 4.1: Sumber Pokdarwis, 2023

## 4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini membahas tentang penelitian deskriptif yang dilakukan di antara subyek Kampung Wisata Saribu Gonjong dengan melibatkan responden yang berbeda. Hasil penelitian ini dirinci melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 4.2.1 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara penelitian terhadap 9 orang informan, maka peneliti menemukan data sebagai berikut:

1. Bagaimana peran sumber daya manusia dalam pengembangan atraksi wisata budaya?
  - **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:
 

*“Sangat berperan penting, karena sumber daya manusia yang kreatif dapat menciptakan atraksi wisata budaya baru dan menarik, dan mereka dapat mengembangkan pertunjukan seni yang menarik, acara budaya, dan aktivitas yang meningkatkan daya tarik wisata”.*
  - **Informan 2** Apit Novriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:
 

*“Sangat berperan penting dalam pengembangan atraksi wisata budaya, atraksi wisata budaya sudah berkembang akan tetapi kurangkanya masalah regenerasi atau SDM”.*
  - **Informan 3** Ilfan Dt.Godang 57, jabatan Ninik Mamak tahun mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, untuk meningkatkan kualitas SDM karena, sebelum adanya pariwisata, SDM kampung wisata sarugo masih dikatakan dibawah tetapi sudah adanya pariwisata maka pengembangan SDM sudah mulai berkembang dikarenakan adanya pelatihan”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan Ketua Koperasi mengatakan bahwa:

*“Sumber daya manusia dapat berperan dalam mengelola sumber daya yang terkait dengan atraksi wisata budaya. Mereka dapat terlibat dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, promosi, dan administrasi yang diperlukan untuk menjalankan atraksi tersebut”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Penting, apabila SDM berpartisipasi dalam pengembangan atraksi wisata budaya maka atraksi tersebut akan semakin berkembang”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Berperan penting, kerana tokoh utama dalam pengembangan atraksi wisata budaya yaitu manusia yang mengetahui cara mengembangkan atraksi wisata tersebut”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Sumber daya manusia berperan penting dalam pengelolaan atraksi wisata budaya untuk memastikan pelestarian warisan budaya yang menjadi daya tarik utama, dan dapat mengawasi, merawat, dan memperbaiki situs-situs budaya agar tetap berkembang dan berharga bagi generasi mendatang”.*



- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Berperan penting, karena manusia kunci untuk memastikan bahwa atraksi wisata budaya dapat dikelola dengan baik, berkesinambungan, dan memberikan pengalaman yang positif bagi wisatawan”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Penting, pengembangan atraksi wisata budaya seringkali membawa dampak sosial dan ekonomi yang signifikan bagi komunitas lokal. Sumber daya manusia berperan dalam memastikan bahwa dampak ini positif dan berkelanjutan, dengan melibatkan masyarakat setempat dalam pembangunan atraksi wisata budaya”.*

2. Apa permasalahan utama yang dihadapi dalam pengembangan sumber daya manusia dibidang atraksi wisata budaya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Belum semua anggota yang memiliki kesadaran untuk mengetahui cara pengembangan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 2** Apit Novriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa :

*“Kurang sensitif terhadap budaya yang ada dikampung wisata sarugo, walaupun masyarakat banyak yang diluar seni, sebagian ada yang kurang sensitif apa itu budaya, banyak yang kurang memahami. Dan harus menggali lebih dalam SDM”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt.Godang 57 yaitu Ninik Mamak tahun mengatakan bahwa:

*“SDM dikampung sarugo sangat minim sekali mengenai pengembangan atraksi wisata budaya, akan tetapi setelah mealukan pelatihan atau tamu/wistawan yang berkunjung yang dapat menambah SDM”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan Ketua Koperasi mengatakan bahwa:

*“Permasalahan utamanya yaitu permasalahan SDM yang kurang memadai, butuh pelatihan dan butuh orang – orang ahli untuk menata pengembangan atraksi wisata budaya tersebut”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat (garim masjid) mengatakan bahwa:

*“Permasalahn utama yaitu kurang partisipsinya pokdarwis dan masyarakat dalam pengembangan atraksi wisata budaya dan sosialisasinya antar sesama juga kurang berjalan”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Kurangnya kesadaran masyarakat dalam pengembagan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Kurangnya pengetahuan tentang wisata budaya, membutuhkan SDM yang memiliki pengetahuan mendalam tentang budaya lokal, sejarah, seni, dan tradisi, akan tetapi tidak semua tenaga kerja dalam industri ini memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk memberikan pengalaman wisata budaya”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Kurangya Pemahaman akan nilai budaya, dan tidak sepenuhnya memahami nilai budaya dan sejarah di balik atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Kekurangan program pelatihan yang efektif dan terstruktur untuk pengembangan keterampilan dalam wisata budaya”.*

3. Bagaimana strategi/ rencana yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dibidang atraksi wisata budaya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Dengan cara POKDARWIS akan mengirim anggota sanggar maupun ketua atau pengurus untuk melakukan pelatihan wisata”.*

- **Informan 2** Apit Nofriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Dengan cara kerja sama dengan kampus terkait seperti UMSB, stakeholder melakukan kerja sama dengan baik. Mengembangkan randai kerja sama dengan para ahli yang berasal dari ISI”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa :

*“Dengan adanya studi banding antara pariwisata Kampung Sarugo dengan yang lain atau sebagian anggota pokdarwis diutus untuk mengadakan perbandingan antara pariwisata – pariwisata yang lain seperti wawancara, tukar pikiran dengan pengurus – pengurus yang ada dipariwisata yang lain”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Yaitu rencana POKDARWIS sudah menjalin hubungan dengan dinas terkait, seperti provinsi, kabupaten dan HPI untuk melakukan pelatihan – pelatihan agar SDM berkualitas dan dapat mengembangkan atraksi wisata budayannya.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Dengan cara melakukan pelatihan membangun program pendidikan dan pelatihan khusus untuk sumber daya manusia di bidang atraksi wisata budaya, dapat meliputi kursus atau program pelatihan yang mencakup aspek-aspek seperti sejarah, budaya, seni, dan keahlian praktis yang diperlukan dalam bidang ini akan membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guide mengatakan bahwa:

*“Dengan cara melakukan pelatihan diluar daerah dengan waktu 1 kali 1 bulan untuk meningkatkan kualitas SDMnya”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Dengan cara mengembangkan program pendidikan formal dan non-formal yang berfokus pada seni, budaya, sejarah, dan aspek lain yang relevan dengan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Dengan cara meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian warisan budaya dan sejarah”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Dengan melaksanakan pelestarian dan pengembangan budaya, Memastikan bahwa tradisi budaya lokal dijaga dan dilestarikan dengan baik dan mengadakan program untuk mempromosikan seni, tarian, musik, dan kerajinan tangan tradisional, sehingga dapat diwariskan kepada generasi mendatang”.*

4. Bagaimana infrastruktur berperan dalam mendukung pengembangan atraksi wisata budaya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sangat berperan penting akan tetapi, infrastruktur yang ada belum memadai untuk mengembangkan wisata budaya contohnya, langgar untuk kesenian belum ada”.*

- **Informan 2** Apit Novriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Dengan infrastruktur yang baik, atraksi wisata budaya dapat menjadi lebih terjangkau, mudah diakses, dan menarik bagi para wisatawan. hal ini akan mendukung pertumbuhan pariwisata budaya, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, dan melestarikan kekayaan budaya”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Berperan penting”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Cukup berperan penting, karena infrastruktur di Kampung Wisata Sarugo kurang memadai jadi wisatawan kurang minat berkunjung dikarenakan jalan menuju destinasi tersebut masih kurang memadai.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Infrastruktur berperan penting dalam mendukung pengembangan atraksi wisata budaya. Dengan memiliki infrastruktur yang baik, destinasi wisata budaya dapat menarik wisatawan dengan lebih baik dan memberikan pengalaman yang nyaman serta memadai bagi mereka”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Infrastruktur peran penting dalam mendukung pengembangan atraksi wisata budaya, dalam hal ini, infrastruktur terlibat pada fasilitas fisik dan layanan yang mendukung pengalaman pariwisata, termasuk transportasi, akomodasi, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung lainnya”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Berperan penting, apabila infrastruktur yang baik dan lengkap akan dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas destinasi wisata budaya, serta memberikan pengalaman positif bagi para wisatawan”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, apabila jalan raya yang lancar akan memudahkan para wisatawan untuk mencapai lokasi atraksi wisata budaya. Aksesibilitas yang baik akan meningkatkan jumlah pengunjung dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Penting, karena infrastruktur yang mendukung pengembangan masyarakat lokal, seperti program pelatihan dan penguatan keterampilan, akan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat, hal ini dapat menciptakan lapangan kerja, memajukan industri kreatif lokal, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya melestarikan warisan budaya”.*

5. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam pengembangan infrastruktur untuk atraksi wisata budaya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Tantangan utama yang dihadapi adalah dana”.*

- **Informan 2** Apit Nofriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Kurang menyadari atau memahami (penggerak) untuk pengembangan infrastruktur tersebut”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Yaitu Aksesibilitas dan Infrastruktur, untuk atraksi wisata budaya harus memiliki aksesibilitas yang baik agar dapat menarik pengunjung, mencakup akses transportasi yang baik, seperti jalan raya, yang terhubung dengan baik. Selain itu, infrastruktur*

*pendukung seperti akomodasi, restoran, dan fasilitas umum lainnya juga penting untuk menjamin pengalaman yang nyaman dan memuaskan bagi para pengunjung”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Masih ada keraguan dipimpinan dan sosialisasi pokdarwis dengan pimpinan dalam pengembangan infrastruktur atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Kurangnya sosialisasi antara penggerak”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Pengembangan infrastruktur memerlukan investasi yang besar, dan seringkali dana yang dibutuhkan melebihi anggaran yang tersedia”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Lokasi atraksi wisata budaya yang terpencil atau sulit dijangkau dapat menghadapi kendala dalam pengembangan infrastruktur yang memadai dan keterbatasan aksesibilitas dapat mengurangi jumlah pengunjung potensial dan berdampak negatif pada ekonomi lokal”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:



*“Memastikan aksesibilitas yang memadai ke lokasi atraksi wisata budaya dan peningkatan sistem transportasi di sekitarnya dapat menjadi tantangan”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Ketersediaan fasilitas seperti, pengunjung yang datang untuk mengalami budaya lokal memerlukan fasilitas yang memadai, seperti tempat makan, tempat istirahat, toilet, dan akomodasi, dan memastikan ketersediaan fasilitas yang memadai adalah tantangan yang perlu diatasi dalam pengembangan infrastruktur untuk atraksi wisata budaya”.*

6. Tarian apa saja yang menjadi ciri khas Kampung Wisata Sarugo?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Tarian mainan kampai, tari barabah mandi”.*

- **Informan 2** Apit Nofriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Tari mainag pulo kampai, tari barabah mandi, dan mainan deli”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Tari barabah mandi, bukti nyata bahwa ada dulu kisah nyata yang bernama barabah mandi seorang laki – laki dan perempuan saling jatuh cinta yang orang tuanya tidak merstui dan akhirnya mereka gagal mendapatkan cinta sejati dan dari kisah ini yang dinamakan dengan tarian barabah mandi”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Yaitu Tari Barabah Mandi, memang ceritanya berasal dari Kampung Sarugo dan yang menciptakan Tarian ini ialah asli orang Sarugo tersebut”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Yaitu tari barabah mandi, tari mainan pulo kampai, tari piriang dan tari pasambahan”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Mainan pulo kampai memang asli dari cerita dari masyarakat kampung sarugo”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Tari barabah mandi dan tari pulo kampai”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Tari barabah mandi”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Tari barabah mandi, mainan pulo kampai, dan mainan deli”.*

7. Seberapa besar peran masyarakat dalam pengembangan atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Sarugo?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sejauh ini masyarakat sangat berperan dalam mengembangkan atraksi wisata budaya karena dari sebelum – sebelumnya masyarakat sudah memiliki jiwa seni”.*

- **Informan 2** Apit Novriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sangat penting karena sikap ramah dan keramahan masyarakat dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan dan meningkatkan citra destinasi wisata. Masyarakat yang berinteraksi langsung dengan wisatawan dapat memberikan informasi, panduan, dan pengalaman lokal yang berharga”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Masyarakat dalam pengembangan atraksi wisata budaya sangat mendukung 100% , melalui dengan cara gotong royong, penyambutan bupati, tamu dan sebagainya”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Masyarakat di kampung sarugo berperan baik dalam atraksi wisata budaya, bahkan apabila ada acara lainnya masyarakat sangat antusias dalam acara tersebut”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Masyarakat berperan penting didalam pengembangan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Masyarakat dapat berperan penting dalam konservasi lingkungan di sekitar atraksi wisata budaya, dengan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, mereka membantu menjaga daya tarik wisata yang berkelanjutan dan berdampak positif pada lingkungan lokal”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Masyarakat berperan bertanggung jawab untuk melestarikan tradisi, adat istiadat, seni, kerajinan, dan cerita rakyat yang merupakan bagian dari identitas budaya mereka. Masyarakat berperan dalam menjaga agar atraksi wisata budaya tetap autentik dan tidak kehilangan esensi budayanya ketika menghadapi pada permintaan wisata”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Masyarakat berperan penting dalam pengembangan atraksi wisata budaya, Pengembangan atraksi wisata budaya dapat membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat setempat, misalnya mereka dapat membuka homestay, warung makan, atau toko souvenir yang menampilkan produk lokal”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Masyarakat berperan penting, biasanya berperan sebagai pelaku utama dalam melestarikan, mengembangkan, dan mempromosikan warisan budaya mereka kepada wisatawan”.*

8. Bagaimana pentingnya promosi dalam mengembangkan atraksi wisata budaya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, karena dengan adanya promosi maka wisatawan yang akan datang mengetahui apa – apa saja kesenian yang ada dikampung wisata sarugo dan bisa menyaksikannya secara langsung”.*

- **Informan 2** Apit Nofriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sangat penting sebagai penambahan daya tarik wisata lokal.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, dikarenakan apabila promosi berjalan dengan lancar maka wisatawan akan banyak berkunjung ke Kampung Wisata sarugo”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Sangat penting/sangat diperlukan, promosi atraksi wisata budaya di Kampung Sarugo sudah berjalan, seperti di IG, Webside akan tetapi kendalanya ada di jarinagan/sinyal”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, karena semakin banyaknya promosi maka akan semakin berkembangnya destinasi tersebut dan atraksi wisata budaya akan banyak ditonton oleh wisatawan”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Apabila promosi efektif akan meningkatkan kesadaran wisatawan tentang atraksi wisata budaya yang ada, bisa melalui kampanye pemasaran, informasi tentang acara budaya, festival, kerajinan, tarian, makanan khas, dan tempat bersejarah dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi dan mengalami langsung kebudayaan tersebut”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, karena dengan promosi yang tepat, informasi tentang atraksi wisata budaya dapat mencapai wisatawan yang lebih luas dan beragam, baik di tingkat nasional maupun internasional”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, sebagai wisatawan mengatakan bahwa:

*“Sangat penting, karena melalui promosi, pendapatan dari pariwisata dapat dialokasikan kembali untuk pelestarian dan pemeliharaan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Penting, karena promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang atraksi wisata budaya yang ada, dan informasi yang jelas dan menarik tentang atraksi ini akan menarik perhatian calon wisatawan dan memotivasi mereka untuk mengunjungi tempat tersebut”.*

9. Apa yang membedakan budaya dikampung wisata sarugo dengan yang lainnya?

- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Banyak yang membedakan, contohnya dari ketua masyarakatnya yang dari dulu mayoritas sebagai petani dan dari dulu juga dikampung wisata sarugo selalu jika ada permasalahan maka akan bersama – sama melakukan gotong royong dan mencari solusi untuk jalan yang terbaik”.*

- **Informan 2** Apit Nofriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Yaitu atraksi wisata budaya banyak yang tidak ada di tempat lainnya seperti tari - tarian seperti tari barabah mandi, tari pulo kumpai”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Lain lubuak lain ikan lain padang lain belalang” artinya setiap daerah, setiap nagari, setiap jorong ada perbedaan. Perbedaan dibedakan dengan adat masing – masing, adat dikampung wisata sarugo setiap seseorang pasang suami istri yang menikah mereka harus mengundang/mengadakan resepsi pernikahan yang diundang seperti orang tuo – tuo kampung, penghulu”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Kampung Wisata Sarugo merupakan desa tertua dari tatanan – tatanan terdahulunya, rumah adat atau gadang cukup rapi, berbaris/ bersaf, yang memiliki 7 shaf dan menghadap kiblat yang melambangkan islami”.*

- **Informan 5** Yulian Nafriзон 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Yaitu rumah gadang, rumah gadang dikampung sarugo berbeda dengan rumah gadang lain, rumah gadang tersebut menghadap kiblat dan tersusun rapi atau sejajar”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua guaide mengatakan bahwa:

*“Budaya dikampung sarugo masih kental dan banyak kegiatan anak nagari yang berbeda dengan yang lain, contohnya: tari barabah mandi dan tari pulo kampai.”*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Kampung wisata sarugo memiliki homestay (rumah gadang) yang sejajar dan menghadap kiblat kemudian memiliki tari – tarian yang berbeda dengan yang lain seperti tari barabah mandi, mainan deli dan tari pulo kampai”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, wisatawan mengatakan bahwa:

*“Kerajinan Tangan, Kampung wisata Sarugo mungkin memiliki kerajinan tangan yang khas dan menjadi bagian penting dari budaya lokal. Ada juga tari – tarian yang berbeda seperti: tari barabah mani, mainan pulo kampai”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Warisan Budaya, Budaya Sarugo mungkin memiliki tradisi, adat istiadat, tarian, musik, seni, atau ritual khas yang tidak ditemukan di tempat wisata lain”.*

10. Bagaimana anda mengukur efektivitas promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjung atraksi wisata budaya?



- **Informan 1** Zilbasarico 28 tahun, jabatan wakil ketua POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Sejauh ini kampung wisata sarugo baru melalui instagram dan facebook untuk mempromosikan atraksi wisata budaya”.*

- **Informan 2** Apit Novriandi 27 tahun, jabatan Humas POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Harus aktif dimedia sosial, seperti live streaming di tik tok untuk mempromosikan atraksi wisata budaya tersebut”.*

- **Informan 3** Ilfan Dt. Godang 57 tahun, jabatan Ninik Mamak mengatakan bahwa:

*“Bisa dilihat dari data jumlah kunjungan, perhatikan perilaku wisatawan, apakah wisatawan menghabiskan lebih banyak waktu di destinasi setelah promosi dilakukan, atau apakah mereka mengunjungi lebih banyak atraksi atau menggunakan lebih banyak layanan yang ditawarkan”.*

- **Informan 4** Musri 48 tahun, jabatan ketua koperasi mengatakan bahwa:

*“Berhubungan langsung, waktu promosi masih berjalan dengan lancar pengunjung/wisatawan yang berkunjung banyak, dan setelah promosi di kampung sarugo kurang berjalan maka pengunjung semakin berkurang”.*

- **Informan 5** Yulian Nafrizon 57 tahun, tokoh masyarakat mengatakan bahwa:

*“Dengan cara membandingkan data sebelum dan setelah promosi, bandingkan juga dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya”.*

- **Informan 6** fella septiani 24 tahun, jabatan ketua gaide mengatakan bahwa:

*“Dengan cara melakukan survei kepada pengunjung yang datang ke atraksi wisata budaya setelah melihat promosi, dan apakah mereka mengetahui tentang promosi sebelumnya dan apakah itu menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut”.*

- **Informan 7** Rici Ricardo 38 tahun, jabatan Kepala Jorong Kampung Sarugo mengatakan bahwa:

*“Dengan cara mengumpulkan data awal tentang jumlah pengunjung sebelum promosi dilakukan, akan menjadi titik acuan untuk membandingkan hasil setelah promosi”.*

- **Informan 8** Vika Septiayu 24 tahun, wisatawan mengatakan bahwa:

*“Dengan cara periksa dari mana pengunjung datang ke situs web atau atraksi wisata budaya, ini dapat dilakukan dengan melihat sumber grafik seperti media sosial, iklan online, dan situs web lainnya”.*

- **Informan 9** Figo Fernando 22 tahun, jabatan anggota POKDARWIS mengatakan bahwa:

*“Dengan cara mencari masukan dari pelaku industri pariwisata atau pihak terkait lainnya untuk menilai pandangan mereka tentang efektivitas promosi yang dilakukan”.*

Tabel 4.1

**Hasil Analisis SWOT Atraksi Wisata Budaya Kampung Wisata Sarugo**

No	Strength (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)
1.	Daya tarik alam atau budaya yang unik	1. Kurangnya promosi yang efektif
2.	Potensi wisata petualang, kuliner dan budaya	2. Kurangnya infrastruktur pendukung
3.	Meningkatkan kualitas produk untuk lebih memenuhi kebutuhan segmen pasar	3. Kurangnya sumber daya manusia
4.	Tim yang kompeten dan pengalaman dapat memberikan unggulan dalam perencanaan dan pengembangan	4. Mengurangi daya tarik segmen pasar
5.	Transportasi yang memadai	5. Kurangnya pengalaman yang dapat mempengaruhi kualitas perencanaan dan pengembangan
6.	Sumber daya finansial yang kuat	6. Sistem internal yang lemah
7.	Pengembangan infrastruktur	7. Biaya tinggi dalam pengembangan infrastruktur
8.	Dampak ekonomi	8. Keterbatasan anggaran promosi
9.	Partisipasi komunitas	9. Kurangnya sarana transportasi yang memadai
10.	Warisan budaya, tradisi, seni, bahasa dan adat istiadat	10. kurangnya perhatian dan pelestarian
	<b>Opportunities (peluang)</b>	<b>Threats (ancaman)</b>
1.	Pemerintah mendukung pengembangan sektor budaya	1. kerusakan lingkungan atau bencana alam
2.	Pengembangan atraksi budaya dan fasilitas baru	2. Perubahan sosial atau ekonomi
3.	Promosi digital atau online	3. Persaingan
4.	Perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah	4. Perubahan pasar
5.	Pertumbuhan ekonomi	5. Perubahan teknologi
6.	Peningkatan permintaan segmen pasar	6. Keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi
7.	Peningkatan teknologi dan media sosial	7. Isu – isu keamanan
8.	Peningkatan aksesibilitas dan infrastruktur	8. Konflik politik dan sosial
9.	Kerja sama antar sektor	9. Perubahan kebijakan pemerintah
10.	Pengembangan kegiatan budaya, pengenalan acara dan festival	10. Krisis ekonomi

### 4.3 Pembahasan Penelitian

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aspek wisata budaya (tinggi) Seni dan budaya yang ada di Kampung Wisata Sarugo, memiliki budaya yang bisa memperlihatkan seni lokal seperti, upacara adat, tari tradisional, musik tradisional, pakaian adat, kerajinan tangan serta bangunan (rumah adat). Yang dapat berjalan dengan acara – acara tradisional tersebut, dan dapat berinteraksi dengan seniman lokal yang ada di kampung wisata sarugo dan menghargai keindahan serta makna di balik karya seni tersebut. Kuliner Tradisional, makanan khas kampung wisata sarugo ada beberapa macam seperti baluik dalam tampuruang, dan piaman. Wisatawan budaya dapat mencicipi hidangan lokal, dan belajar tentang teknik masak tradisional, dan memahami hubungan antara makanan dan identitas masyarakat.
2. Daya Tarik Wisata Budaya (menengah) salah satu dari daya tarik kampung wisata sarugo ialah Rumah Adat (*tangible*) yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan yang lain, contohnya ialah rumah adat yang sejajar dan menghadap kiblat, kemudian daya tarik wisata budaya seperti kebun jeruk dimana wisatawan yang berkunjung dapat memetik buah jeruk untuk dibawa pulang. Selanjutnya dilihat dari pelayanan (*intangible*) terhadap wisatawan yang kurang memadai, seperti pelayanan terhadap wisatawan yang tidak pernah berubah dari waktu ke waktu.

3. Komponen Wisata Budaya (lemah). Terdapat pada produk wisata budaya pelestarian atraksi wisata budaya tersebut berupa tradisi yang ada di Kampung Wisata Sarugo berupa pernikahan, pesta perayaan, upacara adat, festival, dan perayaan budaya lainnya adalah bagian integral dari wisata budaya. Bisa dinyatakan bahwa ini memungkinkan wisatawan untuk merasakan pengalaman langsung dalam kehidupan sehari-hari masyarakat setempat.

Selanjutnya perawatan bangunan di kampung wisata sarugo juga berjalan sesuai yang diinginkan contohnya seperti, gotong royong di sekitar rumah gadang dan dan pembangunan rumah adat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dilapangan, maka hal yang dapat dilakukan dengan kegiatan strategi pengembangan atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong sebagai berikut:

- a. Analisis strategi destinasi wisata budaya
  1. Kekuatan (*Strength*) startegi destinasi wisata budaya
    - a.) Acara adat atau seni tari – tarian seperti, tari barabah mandi, hanya terdapat pada kawasan Kampung Wisata Saribu Gonjong.
    - b.) Memiliki makanan khas yang tergolong unik dan menjadi salah satu keunggulan untuk mengundang wisatawan datang seperti gulai baluik dalam tampuruang, pinyaram, dan cemilan tumbuak maba.
  2. Kelemahan (*Weaknesses*) promosi destinasi wisata budaya

- a.) Terdapat kelemahan pada gangguan jaringan/sinyal yang kurang terjangkau untuk melakukan promosi pada wisata budaya Kampung Wisata Sarugo
  - b.) Waktu pengerjaan atau pengembangan yang lama menjadikan tidak banyak waktu yang mau mengikutinya.
3. Peluang (*Opportunities*) strategi destinasi wisata budaya
- a.) Pemerintah dan POKDARWIS sudah dalam tahap mengembangkan acara – acara atau melaksanakan wisata budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong.
  - b.) Kampung wisata saribu gonjong masih menjaga kesenian adat istiadat atau wisata budaya, yang nantinya bisa menjadi pertunjukan adat yang menarik wisatawan
4. Ancaman (*Threats*) strategi destinasi wisata budaya
- a.) Akses jalan menuju Kampung Wisata Saribu Gonjong menjadi ancaman yang harus ditanggulangi untuk menarik wisatawan yang datang berkunjung dikawasan Kampung Sarugo
  - b.) Infrastruktur juga menjadi salah satu ancaman yang harus ditanggulangi untuk menarik wisatawan.

#### **4.3.1 Strategi Atraksi Wisata Budaya Kampung Wisata Saribu Gonjong**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti di Kampung Wisata Saribu Gonjong, peneliti dapat menganalisis atraksi wisata budaya yang dapat dijadikan sebagai strategi atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong melalui tahapan strategis sebagai berikut: Produk wisata

budaya, yang tidak menghilangkan budaya. Melaksanakan kegiatan penciptaan atraksi budaya baru yang berbeda dengan keunikan pada sebelumnya.

#### 4.4 Evaluasi IFAS

Dalam penelitian ini yang menjadi faktor internal strategi pengembangan atraksi wisata budaya di kampung wisata saribu gonjong sebagai berikut:

Tabel 4.2

##### Indikator Internal

No	Indikator Internal
1	Daya Tarik Wisata Budaya
2	Petualang, Kuliner dan Budaya
3	Warisan budaya, tradisi, seni dan adat istiadat
4	Partisipasi komunitas
5	Promosi
6	SDM
7	Infrastruktur dan transportasi
8	Biaya Tinggi

Tabel 4.3

##### Pembobotan Indikator Internal

No	Indikator Internal	Bobot
1	Daya tarik wisata budaya	0.17
2	Petualang, kuliner dan budaya	0.11
3	Warisan budaya, tradisi, seni dan adat istiadat	0.22
4	Partisipasi komunitas	0.11
5	Promosi	0.11
6	SDM	0.11
7	Infrastruktur dan transportasi	0.11
8	Biaya tinggi	0.06
	Jumlah	1.00

**Tabel 4.4**  
Penilaian Rating Indikator Internal

No	Indikator Internal	Rating	Kriteria
1	Daya tarik wisata budaya	3	Kekuatan
2	Petualang, kuliner dan budaya	2	Kekuatan
3	Warisan budaya, tradisi, seni dan adat istiadat	3	Kekuatan
4	Partisipasi komunitas	2	Kekuatan
5	Promosi	2	Kelemahan
6	SDM	3	Kelemahan
7	Infrastruktur dan transportasi	2	Kelemahan
8	Boaya tinggi	2	Kelemahan

#### 4.5 Matriks IFAS

Setelah mengetahui indikator internal, maka langkah selanjutnya yaitu menentukan bobot, rating dan matriks IFAS. Matriks IFAS ditentukan dengan mengalihkan bobot dan rating dari masing – masing indikator. Adapapun tabel bobot, rating dan matriks IFAS sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
Matriks IFAS

Faktor internal (Strength & Weaknesses)			
Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<b>STRENGTH</b>			
Daya tarik wisata budaya	0,17	3	0,50
Petalang Kuliner dan budaya	0,11	2	0,22
Warisan budaya, tradisi, seni dan adat istiadat	0,22	3	0,67
partisipasi komunitas	0,11	2	0,22



<b>WEAKNESSES</b>			
Promosi	0,11	2	0,22
SDM	0,11	3	0,33
Infrastruktur dan transportasi	0,11	2	0,22
Biaya tinggi	0,06	2	0,11
<b>TOTAL</b>	1,00		2,50

Sumber: Peneliti, 2023

#### 4.6 Evaluasi EFAS

**Tabel 4.6**  
Indikator Eksternal

<b>No</b>	<b>Indikator Eksternal</b>
1	Tidak adanya jaringan internet
2	Peningkatan pemerintah terhadap pasar
3	Bencana alam seperti longsor
4	Konflik politik dan sosial
5	Pesaing, objek wisata budaya lain yang merupai kampung wisata sarugo

**Tabel 4.7**  
pembobotan Indikator Eksternal

<b>No</b>	<b>Indikator Eksternal</b>	<b>Bobot</b>
1	Tidak adanya jaringan internet	0.25
2	Peningkatan pemerintah terhadap pasar	0.25
3	Bencana alam seperti longsor	0.13
4	Konflik politik dan sosial	0.25
5	Pesaing, objek wisata lain yang merupai kampung wisata sarugo	0.13
	Jumlah	1.00

**Tabel 4.8**  
pembobotan Indikator Eksternal

No	Indikator Eksternal	Rating	Kriteria
1	Tidak adanya jaringa internet	3	Peluang
2	Peningkatan pemerintah terhadap pasar	3	Peluang
3	Bencana alam seperti longsor	1	Ancaman
4	Konflik politik dan sosial	2	Ancaman
5	Pesaing, objek wisata lain yang merupai kampung wisata sarugo	1	Ancaman

#### 4.7 Matriks EFAS

Hasil perhitungan EFAS dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
Matrik EFAS

Faktor Eksternal (Opportunity & Threats	Bobot	Rating	Skor
Faktor Strategis			
<b>OPPORTUNITY</b>			
Tidak adanya sinyal internet	0,25	3,00	0,75
peningkatan pemerintah terhadap pasar	0,25	3,00	0,75
<b>THREATS</b>			
Becana alam seperti, longsor	0,13	1,00	0,13
Konflik politik dan sosial	0,25	2,00	0,50
Pesaing, objek wisata lain yang merupai kampujg wiata sarugo	0,13	1,00	0,13
<b>TOTAL</b>	1,00		2,25

Sumber: Peneliti 2023

Pada saat dilakukan perhitungan didapatkan hasil skor pada matriks IFAS yaitu: 2,50 dan 2,25 untuk matriks IFAS untuk matriks EFAS. Jadi posisi pengembangan atraksi wisata budaya Kampung Wisata Sarugo terdapat pada gambar tabel dibawah sebagai berikut:

#### 4.8 Matriks IE (Internal – Eksternal Matriks)

	Tinggi 3,0-4,0	Rata- rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	I GROWHT Konsentrasi melalui integrasi vertikal	II GROWHT Konsentrasi melalui integrasi horizontal	III GROWHT RE- TRECNHMENT Turnd arround
Menengah 2,0 – 2,99	IV Strategi hati-hati	V GROWHT Konsentrasi melalui integrasi horizontal stability tak ada perubahan profit strategi	VI RETRECHMENT Captive company atau divestmet
Rendah 1,0-1,99	VII GROWHT Diversifikasi konsentriect	VIII GROWHT Diversifikasi Konglomerat	IX LIKUIDASI Bangkrut atau likuidasi

Gambar: 4.1 Matriks IE

Integrasi Horizontal merupakan keadaan dimana sebuah perusahaan mengintegrasikan produksi dari barang atau jasa yang masih ada didalam satu tahap produksi didalam rantai suplay, baik melalui ekspansi internal, akuisisi ataupun marger.

Setelah melakukan analisis EFAS dan IFAS peneliti menyajikan hasil analisa dalam bentuk tabel kuadran seperti yang terlihat pada tabel 4.1. Dilihat dari Growth integrasi horizontal adalah nilai pengembangan di Kampung Wisata Sarugo saat ini di angka 2,50 internal (garis kuadran x) dan 2,25 eksternal (garis

kuadran y) sehingga peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan sebagai berikut ialah *cost leadership* dan *competitive advantage*. Maka yang perlu di kembangkan di Kampung Wisata Sarugo adalah komponen wisata budaya.

Beberapa strategi peneliti dapatkan setelah melakukan analisis SWOT:

### 1. Strength- Opportunity (S-O)

Dengan melakukan Pengembangan Konten Budaya, Perluas dan kembangkan konten budaya yang ditawarkan kepada wisatawan. Penggunaan Teknologi untuk Promosi, Manfaatkan teknologi untuk mempromosikan atraksi wisata budaya, seperti media sosial, situs web interaktif. Selain itu Kolaborasi dengan Pihak Terkait, Jalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait, seperti institusi budaya lokal, pemerintah daerah, dan komunitas setempat, untuk mendapatkan dukungan dan memperluas jangkauan promosi.

### 2. Weakness – Opportunity (WO)

Meningkatkan infrastruktur pendukung seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas lainnya untuk meningkatkan aksesibilitas atraksi wisata budaya. Meningkatkan kerjasama dengan pihak berwenang dan pemerintah untuk mendukung pengembangan atraksi wisata budaya.

### 3. Strengths – Treath (ST)

- a. Memberikan alternatif sebagai dengan cara mengadakan kerjasama Warisan Budaya yang Kaya, Keberadaan warisan budaya yang kaya, seperti tradisi, tarian, musik, seni, dan festival, dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman otentik.

#### 4. Weakness – Treath (WT)

Peningkatan promosi dan branding, Meningkatkan upaya promosi dan branding untuk menarik perhatian lebih banyak wisatawan. Kemitraan dan dukungan pemerintah, Mencari dukungan pemerintah dan menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan sektor budaya, termasuk insentif untuk pengusaha wisata.

Menurut Rangkuti (Rangkuti, 2015), matriks Internal – Eksternal bertujuan untuk mempertajam analisis dan melihat posisi perusahaan serta melihat arah perkembangan selanjutnya. Menurut David (David & David, 2017) Matriks IE (Internal – Eksternal) memposisikan berbagai divisi dari suatu organisasi dalam tampilan 9 sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci: skor bobot IE total pada sumbu X dan skor bobot EFE total pada sumbu Y. Setiap divisi dalam suatu organisasi harus membuat matriks IFE dan Matriks EFE dalam kaitanya dengan organisasi. Skor bobot total yang diperoleh dari divisi tersebut memungkinkan Susunan matriks IE ditingkat perusahaan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu untuk memahami strategi Desa Wisata Saribu Gonjong dalam mengembangkan daya tarik wisata budaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang menjadi pendorong berkembangnya daya tarik wisata budaya Kampung wisata sarugo, misalnya daya tarik wisata budaya Kampung Sarugo yang menjadi ciri khasnya. Menjadi salah satu faktor intrinsik dalam pengembangan atraksi wisata budaya, seperti tari Baraba Mandi beranggotakan tujuh orang.
2. Faktor internal yang menjadi kelemahan pengembangan atraksi wisata budaya adalah sumber daya manusia dan infrastruktur. Faktor intrinsik yang menjadi kelemahan pengembangan atraksi wisata budaya adalah kurangnya partisipasi pengelola dan masyarakat, serta investasi infrastruktur yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit.
3. Faktor eksternal yang menjadi peluang berkembangnya atraksi wisata budaya, seperti Rumah Gadang yang memiliki salah satu nilai budaya melanjutkan dan melestarikan kegiatan adat di kawasan Kampung Wisata Sarugo

4. Faktor eksternal yang menjadi ancaman bagi pengembangan atraksi wisata budaya seperti cuaca yang tidak menentu, faktor yang menjadi ancaman adalah berkurangnya ekonomi masyarakat dan kurangnya jaringan teknis

## 5.2 Saran

1. Disarankan agar pengelola sasaran wisata atau POKDARWIS menyelenggarakan festival seni untuk memperkenalkan budaya daerah
2. Saran kepada pengelola destinasi wisata atau POKDARWIS untuk mengaitkan kegiatan wisata budaya dengan gaya hidup masyarakat sekitar destinasi wisata
3. Pengelola objek wisata harus meningkatkan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan yaitu: toilet dan tempat makan.
4. Saran agar pengelola atau POKDARWIS menjalin komunikasi dan sinergi dengan masyarakat sekitar, dengan memberikan beberapa ide kreatif agar objek wisata budaya ini terus berkembang dan menarik untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara
5. Diharapkan masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengembangan atraksi wisata budaya seperti memberikan pelayanan yang ramah kepada wisatawan.


## DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, 2017. *Pengembangan atraksi wisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan dikawasan wisata kampung toga kabupaten sumedang.*
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Chandler dalam Persari dkk. (2018). *Manajemen strategi.* Jakarta
- Craig & Grant. 2016 *Manajemen Strategi.* Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Damanik & Weber. 2016. *Perencanaan Pariwisata.* Dari Teori ke Aplikasi. Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM. Yogyakarta: Andi
- David (Maruf, 2019). *Manajemen strategi konsep pendekata keunggulan bersaing,* jakarta: salemba empat
- Day dan Wensley (Rangkuti 2016). *Assesing Advantage: A frame work for Diangnosing competitive seuperiority.* Journal of marketing
- Fajri, (2017). *Startegi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya.* di Kawasan Saribu Rumah Gadang Koto Baru, Kabupaten Solok Selatan.
- Gursoy, 2016. *Strategi Pengembangan.* Jakarta; Referensi Remaja
- Iskandar Wiryokusumo dalam Afrilianasari, 2014. *Teori Pengembangan,* Surabaya
- Johnson, G. and Scholes, K. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases.* Hemel Hempstead: Prentice-Hall.
- Mochamad Badowi. 2021. *Matriks/integrasi vertikal*  
<https://www.mochamadbadowi.com/news/matriks-ge-mckinsey.html>.
- Moleong (2017), *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif.* Jakarta: Referensi (GP Press Group).
- Pramana, 2017. *Komponen wisata budaya.* Jakarta, Penerbit pustaka.
- Priharto, Sugi. 2020. *Sistem Produksi: Pengertian, Jenis, Tujuan, dan Contohnya.*  
[https:// accurate.id /marketing –manajemen /pengertian- sistem-produksi/](https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-sistem-produksi/).  
 Diakses pada tanggal 8 Februari 2021 pukul 08.09 wib.
- Priyanto, & Safitri, D. (2016). *Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah.* *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1), 6–84.



- Pujaastawa, I.B.G. & Ariana, I. N. 2015. "Pedoman Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata". Konsorsium Riset Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar
- Puadi dan Kusumasari, (2018). *Strategi Pengembangan Atraksi Wisata di Hutan Pinus Asri Muntuk, Dlingo, Bantul*, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Rangkuti, 2016, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rossadi, Leylita Novita, dan Endang Widayati. 2018. *Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. Journal of Tourism and Economic Vol. 1, No. 2.
- Rusmawati, D. 2017. *Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan penjualan pada Ud.Surya Gemilang Motor Di Surabaya [skripsi]*. Fakultas Ekonomi: Universitas Islam Lamongan.
- Notoatmodjo, S. 2018, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Siagan, 2016. *Manajemen strategi*. Jakarta
- Suwena, Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Pustaka Larasan, Bali.
- Supriadi (2015). *Penelitian tindakan kelas*. Jakarta, PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Triana dan yuliana, 2021. *Strategi pengembangan atraksi wisata buatan dipantai kota pariaman*.
- Utari, 2017. *Pengembangan atraksi wisata dan preferensi wisatawan dikawasan mangrove karangsong, kabupaten indramayu*.
- Yunia dan Petrus. (2015). Prinsip Pengembangan Kampung Wisata Budaya Baluwarti Yng Berkelanjutan. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota A Sappk. Vol 4 No 2, 4*.

Lampiran 1: Kartu Bimbingan Proyek Akhir



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
Kampus 2, Jln. By Pass Arah Kuning No.1 Bukittinggi

**KARTU BIMBINGAN PROYEK AKHIR**

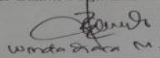
Nama : Nelya Suita  
 NIM : 191000293301012  
 Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
 Judul Proyek Akhir : Metode Pengembangan Atraksi Wisata di Kampung Wisata Sarugo

Pembimbing I : Moch Abdi, S.E., M.M  
 Pembimbing II : Rozi Yuliani, S.ST.Pat., M.M


No	Hari, Tanggal	Materi dan Catatan Pembimbing	Nama Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	Jum'at 19/05/23	pengertian wisata dan dasar-dasar topik penelitian dan paper penelitian.	Moch Abdi	[Signature]
2				
3	Senin 29/05/2023	Di Suprovaca untuk persiapan ujian kepro.	Moch Abdi	[Signature]
4	Kamis 08/06/2023	Berkas untuk persiapan ujian kepro.	Moch Abdi	[Signature]
5	Rabu 21/06/2023	paper tentang pariwisata	Moch Abdi	[Signature]
6	Jum'at 28/6/2023	persiapan ekspedisi wisata ke kampung wisata Sarugo.		[Signature]
7				
8				
9				
10				


**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
Kampus 2, Jln. By Pass Arah Kuning No.1 Bukittinggi

11				
12				
13				
14				
15				
16				

Bukittinggi, 07/8/23  
 Kaprodi Usaha Perjalanan Wisata  
  
 Winda Dinda M. Lat

Cc :  
 1. Kartu Bimbingan proyek akhir menggunakan map business file dengan ketentuan  
 a. Program Studi Perhotelan warna Oran  
 b. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata warna Biru  
 2. Kartu Bimbingan Proyek Akhir ini di isi setiap kali bimbingan dengan pembimbing  
 3. Tanda tangan Kaprodi diminta setelah bimbingan proyek akhir selesai dan proyek akhir telah di acc oleh pembimbing I dan II  
 4. Kartu bimbingan Proyek Akhir ini nanti akan dikumpul pada saat pendaftaran ujian Sidang Proyek Akhir



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
Kampus 3, Jln. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

**KARTU BIMBINGAN PROYEK AKHIR**

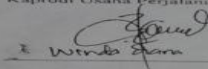
Nama : Nelya Suita  
 NIM : 191000293301012  
 Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
 Judul Proyek Akhir : Metode Pengembangan Atraksi Wisata di Kampung Wisata Sarugo

Pembimbing I : Moch Abdi, S.E., M.M  
 Pembimbing II : Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M

No	Hari, Tanggal	Materi dan Catatan Pembimbing	Nama Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	Senin/29-05-2023	Bab 1	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
2	Selasa/30-05-2023	Bab 1 'Terd, dan piterasi'	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
3	Rabu/31-05-2023	Judul, 'stasiun'	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
4	Senin/09-06-2023	Laporan 'teori'	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
5	Selasa/16-06-2023	Bab 1, 2, 3	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
6	Kamis/08-06-2023	Atk Sampul	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
7	22/06-2023	Instrumen Penelitian	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
8	24/06-2023	PROS JV	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
9		Hasil Penelitian	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
10	1/8/2023	Hasil Penelitian	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	


**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
Kampus 3, Jln. By Pass Aur Kuning No.1 Bukittinggi

11	8/8/2023	Hasil Penelitian	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
12	9/8/2023	Atk Sampul	Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM	
13				
14				
15				
16				

Bukittinggi, 01/8/2023  
 Kaprodi Usaha Perjalanan Wisata  
  
 Winda Dam M.Pd

Kartu Bimbingan proyek akhir, menggunakan map business file dengan ketentuan  
 a. Program Studi Perbotolan warna Oran  
 b. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata warna Biru  
 Kartu Bimbingan Proyek Akhir ini di isi setiap kali bimbingan dengan pembimbing  
 Tanda tangan Kaprodi diminta setelah bimbingan proyek akhir selesai dan proyek akhir telah di acc oleh pembimbing I dan II  
 Kartu bimbingan Proyek Akhir ini nanti akan dikumpul pada saat pendaftaran ujian Sidang Proyek Akhir

Lampiran 2: Permohonan Observasi Awal



Nomor : 234 /IL.3.AU/F/2023  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Observasi Awal

**Kepada Yth,  
Ketua Pokdarwis Kampung Desa Wisata Sarugo**

**Di Tempat**

*Assalamu'alaikum wr wb*

Sciring salam di atas kami do'akan semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas schari-hari. Amin

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan *Proposal Proyek Akhir* guna menyelesaikan studi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami atas nama:

Nama : Nelya Suita  
NIM : 191000293301012  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan observasi awal penelitian dalam rangka menyusun *Proposal Proyek Akhir* di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum wr wb*

Bukittinggi : 22 Ramadhan 1444 H  
: 13 April 2023 M

Dekan.



*Ruzi Yuliani, S.ST.Par., M.M.*  
NBM. 1208526

### Lampiran 3: Permohonan Izin Penelitian

 **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
Kampus 2 - Jl. Pahlawan Jember No. 1 Bontolungga

Nomor : 401/II.3/AU/F/2023  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**Kepada Yth,**  
**Ketua Pokdarwis Kampung Wisata**  
**Saribu Gonjong**

**Di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr Wb  
Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama : Nelya Suta  
NIM : 191000293301012  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
Judul Proyek Akhir : Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya di Kampung Wisata Saribu Gonjong

Waktu Penelitian : 26 Juni 2023 s/d 26 Juli 2023

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.  
Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Bukittinggi : 8 Dzulhijjah 1444 H  
26 Juni 2023 M

Dekan,  
  
**Rozi Yuliani, S.ST.Par., M.M.**  
NBM. 1208526



#### Lampiran 4: Pedoman Wawancara

1. Bagaimana peran sumber daya manusia dalam pengembangan atraksi wisata budaya?
2. Apa permasalahan utama yang dihadapi dalam pengembangan sumber daya manusia dibidang atraksi wisata budaya?
3. Bagaimana strategi/rencana yang diterapkan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dibidang atraksi wisata budaya?
4. Bagaimana infrastruktur berperan dalam mendukung pengembangan atraksi wisata budaya
5. Apa tantangan utama yang dihadapi dalam pengembangan infrastruktur untuk atraksi wisata budaya?
6. Tarian apa saja yang menjadi khas Kampung Wisata Sarugo?
7. Seberapa besar peran masyarakat dalam pengembangan atraksi wisata budaya di Kampung Wisata Sarugo?
8. Bagaimana pentingnya promosi dalam mengembangkan atraksi wisata budaya?
9. Apa yang membedakan budaya di Kampung Wisata Sarugo dengan yang lainnya?
10. Bagaimana anda mengukur efektivitas promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjung atraksi wisata budaya?

Lampiran 5: Dokumentasi Wawancara



Foto wawancara dengan Wali Jorong Kampung Wisata Sarugo 2023



Foto wawancara dengan Wakil ketua Pokdarwis Kampung Wisata Sarugo 2023



Foto wawancara dengan anggota Pokdarwis 2023



Foto wawancara dengan Ninik Mamak atau Dt.Godang Kampung Wisata Sarung 2023



Foto wawancara dengan wisatawan 2023



Foto wawancara dengan masyarakat 2023





Foto wawancara dengan Humas Pokdarwis 2023



Foto wawancara dengan wisatawan 2023



Foto wawancara dengan Ketua Guaide 2023

