



bab 7

Strategi Pengembangan Wisata

7.1. KERJASAMA ANTAR WILAYAH

Kerjasama antar Kabupaten/Kota di era otonomi daerah menuntut adanya kesepahaman, kesepakatan dan keperdulian dalam mengembangkan program-program pembangunan lintas wilayah. Masing-masing Kabupaten/Kota disamping memiliki tugas mengembangkan urusan rumah tangganya sendiri, juga perlu bekerjasama sebagai tetangga mengurus hal-hal yang menjadi tugas bersama dalam mengintegrasikan wilayah.

Kerjasama pada tingkat Provinsi juga perlu dilakukan agar dicapai suatu sinergi yang saling menguntungkan dalam pengembangan wilayah, terutama antara Provinsi Sumatera Utara dengan Provinsi Riau. Kerjasama antar Kabupaten pada Provinsi yang sama, menjadi penting untuk menghindari kompetisi yang tidak sehat dalam meraih investor dan wisata. Dalam kaitan ini koordinasi horizontal antar Kabupaten/Kota dan koordinasi vertikal dengan Provinsi Sumatera Utara juga sangat diperlukan baik pada tataran konsep, strategi, program maupun kegiatan operasional pembangunan. Selain itu, sesuai dengan arahan Ripparnas, dalam konteks pengembangan pariwisata Kabupaten Padang Lawas, sangat perlu melakukan integrasi dan sinergi dengan daerah lain terutama dengan kabupaten-kabupaten yang ada di sekitar Danau Toba yang merupakan bagian dari Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Toba sekitarnya. Apalagi berdasarkan Ripparnas 2010-2025 kabupaten-kabupaten tersebut berada dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang sama yaitu KPPN Toba dan Sekitarnya, Seperti telah dibahas dalam bab sebelumnya, mengingat kedekatannya secara geografis maka Kabupaten Padang Lawas juga perlu menjalin sinergitas dengan kabupaten/kota yang termasuk dalam lingkup Kawasan Andalan Rantau Prapat-Kisaran. Bahkan secara destinatif, Kabupaten Padang Lawas perlu menjalin kerjasama dengan kabupaten/kota yang termasuk dalam Destinasi Pariwisata Nasional Medan – Toba.

Secara internal Kabupaten Padang Lawas perlu memfokuskan kegiatan pengembangan pariwisata lebih pada pengembangan sub wilayah (Kawasan Pengembangan Pariwisata) yang masing-masing terdapat ODTW yang relatif saling berdekatan dan memiliki akses



atau jalur yang dapat dikelompokkan secara keruangan maupun secara tematik memiliki obyek pariwisata yang beragam.

Strategi KPP seperti yang dicontohkan dalam Ripparnas, dimaksudkan juga sebagai arahan menciptakan kondisi keseimbangan pertumbuhan antar ODTW, sehingga dapat dihindari kecenderungan pengelolaan pada ODTW pinggiran. Bila setiap KPP memiliki tema tertentu, maka diharapkan dapat menarik investor, maupun dinas dan instansi terkait atau terdekat dengan ODTW tersebut untuk dapat mengambil prakarsa lebih intensif. Sehingga diharapkan secara keseluruhan rangkaian KPP dapat dilaksanakan bekerjasama dengan investor, masyarakat sekitar obyek pariwisata dan dengan pemerintah.

Berdasarkan kecenderungan perkembangan kewilayahan dari bagian-bagian wilayah dan karakteristik sebaran obyek-obyek wisata di Kabupaten Padang Lawas, maka untuk Kabupaten Padang Lawas diusulkan sebanyak 4 (empat) Kawasan Pengembangan Pariwisata (KPP) yaitu :

1. Kawasan Pengembangan Pariwisata A (KPP-A) dengan ODTW Kecamatan Sosopan, Ulu Barumon, Barumon Selatan, dan Barumon, disingkat "SOLU BARU".
2. Kawasan Pengembangan Pariwisata B (KPP-B) dengan ODTW Kecamatan Barumon Tengah, Sihapas Barumon, Aek Nabara Barumon, Huristak dan Lubuk Barumon disingkat "HULU BARU".
3. Kawasan Pengembangan Pariwisata C (KPP-C) dengan ODTW Kecamatan Sosa, Hutaraja Tinggi dan Batang Lubu Sutam, disingkat "RAJA BALUSA".

Mengacu pada struktur kota-kota pada RTRWK Padang Lawas, maka masing-masing KPP memiliki pusat pertumbuhan dan pelayanan yaitu dengan rincian KPP-A dengan pusat pertumbuhan Sibuhuan, KPP-B dengan pusat pertumbuhan Binanga, dan KPP-C dengan pusat pertumbuhan Pasar Ujung Batu. Masing-masing pusat yang sekaligus berstatus sebagai ibukota kecamatan tertentu tersebut dianggap dapat menjadi pusat pelayanan yang melayani kebutuhan pengembangan pariwisata dan wisatawan di kawasan tersebut.

Isu strategis KPP terkait dengan analisis terhadap berbagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya dan strategi pengembangannya terkait dengan penjelasan bab sebelumnya.



7.2. STRATEGI PENGEMBANGAN SOSIAL DAN BUDAYA

Strategi pengembangan aspek sosial budaya untuk kepentingan pariwisata adalah pemanfaatan, pelestarian dan pengembangan. Jadi untuk kepentingan pariwisata aspek sosial budaya dimanfaatkan sehingga dapat memberikan keuntungan secara ekonomis, akan tetapi juga senantiasa dilestarikan dan dikembangkan dengan seksama agar terjaga keaslian dan keberlanjutannya.

Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain :

1. Sosialisasi dan pemberian kesadaran kepada masyarakat akan arti penting menjaga adat istiadat dan budaya Padang Lawas bagi kepentingan pariwisata.
2. Pengembangan aspek sosial budaya tanpa meninggalkan ciri khas dan keunikan tradisional.
3. Identifikasi masalah ketertiban, keamanan dan kenyamanan lingkungan sosial budaya di Kabupaten Padang Lawas yang telah ada, agar dapat ditanggulangi dengan baik.
4. Pelestarian adat istiadat dan kebudayaan tradisional. Hal ini dapat dilakukan melalui pelibatan lembaga-lembaga adat yang ada (seperti Lembaga Adat Padang Lawas atau Padang Bolak).
5. Peningkatan kenyamanan lingkungan sosial dan budaya Kabupaten Padang Lawas yang telah ada diperkirakan laku dijual ke pasar wisatawan.

7.3. STRATEGI PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN

Kelembagaan pariwisata perlu dikembangkan karena hal tersebut akan memberikan gambaran yang jelas tentang aturan main, kewenangan dan pelaku pengembangan pariwisata. Rencana pengembangan kelembagaan pariwisata di Kabupaten Padang Lawas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pemantapan jaringan organisasi dan kelembagaan pariwisata daerah yang melibatkan unsur pemerintah, industri, masyarakat adat Tapanuli bagian Selatan, media masa dan lembaga-lembaga peduli lingkungan (seperti kelompok peduli hutan tropis).
2. Mendorong Badan Permusyawaratan Desa (BPD), lembaga adat atau budaya menjadi stakeholders melalui pembinaan yang berkelanjutan.



3. Penyusunan tata kerja, fungsi dan tugas pokok serta mekanisme kerja setiap stakeholders pariwisata.
4. Pengembangan mekanisme *check and balance* rencana dan program kerja setiap unsur lintas institusional pemerintah, swasta dan organisasi non pemerintah sebagai upaya untuk meningkatkan keterkaitan (*linkages*) program pariwisata dan program penunjang lainnya.

7.4. STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK PARIWISATA

Program pengembangan pariwisata akan dipacu agar asset pariwisata tersebut dapat dipertahankan dan dikembangkan keberadaan dan kualitasnya, untuk itu dapat dilaksanakan dengan beberapa program yang dilandasi oleh konsep perencanaan sebagai berikut :

1. Penetapan program pengembangan hutan sebagai kawasan konservasi sangat membantu dalam mengembangkan pariwisata dan wisata minat khusus.
2. Mempertahankan karakter alam daerah dengan potensi pertanian tanaman pangan dan perkebunan.
3. Mempertahankan kawasan pedesaan terutama dengan desa tradisional dengan ciri budaya dan kondisi arsitekturnya yang khas (bagas godang, rambin dan candi) padu dengan kondisi alamnya, supaya modernisasi yang berbenturan dengan nilai luhur budaya lokal sejauh mungkin tidak dilaksanakan.
4. Mempertahankan kawasan hulu sungai yang dilaksanakan dengan memantapkan kawasan sempadan sungai. Sempadan sungai lebarnya maksimal sekitar 50 meter dan minimal 15 meter. Untuk danau maksimal sekitar 50 meter. Hal ini merupakan cara untuk mempertahankan *public beach*. Disamping itu dapat dilaksanakan dengan pendekatan sungai lestari.

7.5. STRATEGI PENGEMBANGAN AMENITAS

1. Pengembangan akomodasi ditekankan pada pengembangan kualitas dari pada kuantitas, yang berarti pengembangan akomodasi harus diarahkan agar dapat mendorong sebaik-baiknya dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara lebih



profesional (dalam pandangan kepariwisataan), khususnya hotel berbintang dan hotel melati.

2. Strategi pengembangan restoran dan rumah makan agar lebih diarahkan lagi agar tercipta persaingan yang sehat dengan mengutamakan sisi kompetitif dan komparatif.
3. Strategi Pengembangan Badan Pengelola Pariwisata (BPP)
Pengembangan BPP diarahkan agar mampu berfungsi sebagai ujung tombak pasar pariwisata dan berperan aktif dalam pengembangan pariwisata, tidak saja dalam bidang perjalanan pariwisata tetapi juga dalam bidang/komponen pariwisata yang lain serta mampu menciptakan keseimbangan pelayanan terhadap wisatawan nusantara dan mancanegara.
4. Strategi Pengembangan Prasarana dan Sarana
Pengembangan prasarana jalan akses, drainase, air bersih dan sarana telekomunikasi diarahkan menjadi bagian integral dari kebutuhan pengembangan sarana dan prasarana umum pada obyek-obyek pariwisata. Pengembangan moda transport yang mendukung rute wisata sangat perlu dilakukan misalnya dengan mengkombinasikan moda transport darat, air (sungai) dan udara. Ketiga moda tersebut tersedia di wilayah Padang Lawas.

7.6. STRATEGI PENGEMBANGAN SENI KERAJINAN DAN CINDERAMATA

Pengembangan seni kerajinan rakyat yang diperuntukan sebagai cinderamata dari pariwisata Padang Lawas harus ditumbuhkembangkan melalui penciptaan produk cinderamata yang mempunyai keunggulan komparatif menurut kaidah pariwisata secara umum. Dalam hal ini, ciri budaya lokal dapat diangkat menjadi ciri tampilan cinderamata yang ada, misalnya penggunaan miniatur bentuk bagas godang, miniatur Candi Sipamutung, miniatur rambin dan sebagainya.

7.7. STRATEGI PENGEMBANGAN SARANA PENUNJANG KEAMANAN

Sistem keamanan swakarsa yang terkoordinasi secara baik diharapkan memberikan kontribusi terhadap keamanan pariwisata karena kepolisian sebagai instansi bukan satu-satunya yang bertanggung jawab dengan masalah keamanan. Keamanan harus menjadi tanggung jawab bersama dan hal ini termasuk komponen industri pariwisata. Dibutuhkan juga penanganan/ pengembangan keamanan dengan skala jangka panjang untuk masalah



keamanan lingkungan secara umum dan skala jangka pendek untuk masalah keamanan kepariwisataan.

7.8. STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR PARIWISATA

Perlu dipahami bahwa masing-masing obyek pariwisata mempunyai segmen pasar yang berbeda-beda. Kecenderungan untuk menyamaratakan segemen pasar dari suatu obyek pariwisata adalah suatu tindakan yang kurang sesuai. Masing-masing segmen pasar mempunyai kecenderungan minat yang berbeda-beda, baik itu didalam hal karakter perjalanan maupun dalam hal jenis atraksi yang diminati.

Manajemen pemasaran juga harus dilakukan secara sinergis dengan penyiapan yang matang di masing-masing ODTW agar layak jual. Manajemen pemasaran yang baik tidak akan banyak bermanfaat apabila ODTW belum memiliki standar kualitas pasar yang dituju.

Pasar wisatawan nusantara pada jangka pendek (lima tahun ke depan) merupakan pangsa pasar yang potensial. Didukung oleh program pemerintah yang memacu pengembangan budaya wisata, maka perluasan pasar pariwisata ke seluruh daerah Kabupaten/Kota mempunyai prospek yang baik.

Untuk jangka menengah dan panjang, pengembangan pasar wisatawan mancanegara yang berbasis pada tingginya aksesibilitas difokuskan pada pasar Asia khususnya Malaysia, Brunai Darussalam dan Singapura. Namun selain itu, dengan berbasis aspek historis misi perlu dioptimalkan juga peluang pasar Eropa.

7.9. STRATEGI PENGEMBANGAN LINGKUNGAN

Adanya pengembangan pariwisata pada seluruh wilayah Padang Lawas tentu akan berpotensi menimbulkan dampak, untuk itu perlu dirumuskan kegiatan pencegahan dan penanggulangannya. Konsep dari upaya pengembangan lingkungan ini adalah siapapun atau lembaga apapun yang memiliki prakarsa untuk membangun fasilitas/utilitas pariwisata harus mencegah dan menanggulangi dampak yang timbul dari kegiatannya. Pihak pemerintah atau dinas terkait bertanggung jawab dengan rencana pengembangan pariwisata dan menjadi pihak yang berperan sebagai pengawas.

Untuk perencanaan selanjutnya, setiap kawasan yang akan dikembangkan untuk obyek pariwisata perlu dilaksanakan 2 (dua) hal pokok yaitu :



1. Menetapkan zonasi
2. Menetapkan daya dukung lingkungan.

Penetapan zonasi dimaksudkan untuk menetapkan kesesuaiannya dalam pengembangan aktivitas dan pengembangan utilitas. Sementara daya dukung dipergunakan untuk menetapkan berapa besar jumlah wisatawan yang masuk berkunjung ke suatu kawasan pariwisata atau ODTW.

Aspek kedua ini sangat penting karena setiap kawasan/ODTW memiliki keterbatasan sumberdaya alam, disamping lingkungan fisik geografis dan sosial budaya yang mempunyai daya dukung tertentu dalam menampung wisatawan.

Untuk kawasan-kawasan yang daya dukung lingkungannya terbatas dapat dilakukan strategi pemulihan lingkungan yang berbasis pada masyarakat seperti gerakan penghijauan dan pelestarian yang berbasis pada kearifan lokal dan swadaya masyarakat.