

## ANALISIS KONSEP 3A DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA (STUDI KASUS: DUSUN IV, DESA DENAI LAMA, KAB. DELI SERDANG)

Dafa Rizky Prayoga<sup>1\*</sup>, Afiaty Zata Dini<sup>2</sup>, Lara Anjelita Tarigan<sup>3</sup>, Putri Andiana Sari<sup>4</sup>,  
Darwin P. Lubis<sup>5</sup>, Sendi Permana<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Jurusan Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan

<sup>1\*</sup>[dafarizky111018@gmail.com](mailto:dafarizky111018@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Riwayat Artikel:</b> Dikirim : 02-05-2022 Disetujui : 16-06-2022 Diterbitkan : 30-06-2022</p> <p><b>Kata kunci:</b> Agrowisata; Paloh Naga; Konsep 3A; Analisis SWOT; Desa Denai Lama.</p>	<p><i>This study aims to analyze the 3A concept and conclude the SWOT concept in tourism development in Hamlet IV, Denai Lama Village, Kab. Deli Serdang. This research uses a qualitative-descriptive approach. The informant in this study was the Head of Hamlet IV, namely Mr. Sucipto. This study uses field observations, interviews, and literature studies. The analytical technique used is the Miles and Herberman interactive analysis model and SWOT analysis. The results found are the existence of Paloh Naga Agrotourism in Hamlet IV, Denai Lama Village, which has become a tourism icon in this area. There are a number of other supporting tourism objects with great potential. However, there are still some obstacles that become obstacles in the development of this tourist area. With the existence of alternative tourism development strategies, it can help the development of this area to be more advanced and fulfill all the things needed.</i></p> <p>Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep 3A dan menyimpulkan konsep SWOT dalam pengembangan pariwisata di Dusun IV, Desa Denai Lama, Kab. Deli Serdang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode pendekatan kualitatif-deskriptif. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dusun IV yaitu Bapak Sucipto. Penelitian ini menggunakan metode observasi lapangan, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan adalah model analisis interaktif Miles dan Herberman dan analisis SWOT. Hasil yang ditemukan adalah keberadaan Agrowisata Paloh Naga di Dusun IV, Desa Denai Lama menjadi ikon wisata kawasan ini. Terdapat sejumlah objek wisata pendukung lain yang sangat potensial. Namun, masih terdapat beberapa hambatan yang menjadi kendala dalam pengembangan kawasan wisata ini. Dengan adanya alternatif strategi pengembangan pariwisata dapat membantu perkembangan kawasan ini semakin maju dan terpenuhinya semua hal yang dibutuhkan.</p>

### PENDAHULUAN

Saat ini dunia pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu pendorongnya ialah dengan terjadinya proses globalisasi, perubahan ekonomi dunia yang berjalan semakin cepat, persaingan yang semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang berjalan begitu cepat. Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya

yang semuanya itu merupakan sumberdaya modal yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan. Sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi sumber pendapatan ekonomi nasional. Industri pariwisata di Indonesia tidak sedikit memberi peran penting bagi perekonomian Indonesia (Yoeti, 2008).

Menurut Spillane (1987) industri pariwisata secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya. Tetapi bagaimanapun juga perlu diingat bahwa

dalam pariwisata terjadi interaksi yang begitu besar dalam masyarakat, masukan-masukan yang mendorong kesempatan dan tantangan kepada negara yang bersangkutan. Oleh sebab itu, perlu adanya strategi pariwisata yang tidak hanya untuk menghadapi masalah yang terjadi pada saat ini namun juga di masa yang akan datang. Dengan demikian, negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia perlu menetapkan strategi khusus untuk menghindari terjadinya pengembangan yang tidak terarah agar kegiatan pariwisata dapat menjadi salah satu sektor yang mendatangkan keuntungan yang berarti.

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan dari satu tempat menuju tempat lain yang bersifat sementara, yang biasanya dilakukan orang-orang yang ingin menyegarkan pikiran setelah bekerja terus dan memanfaatkan waktu libur dengan menghabiskan waktu bersama keluarga untuk berekreasi. Alasan seseorang berwisata diantaranya dikarenakan adanya dorongan keagamaan seperti berekreasi ke tempat-tempat suci agama untuk mendalami ilmu tentang agama dan ada juga yang bertujuan untuk berolahraga atau sekedar menonton pertandingan olahraga (Spillane, 1987).

Menurut Freddy Rangkuti (2005), Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Unsur 3A dalam pariwisata ini menjadi penting dimiliki oleh setiap destinasi wisata, karena akan berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan, lama tinggal wisatawan (*Length Of Stay*) dan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Sebagai sebuah kegiatan perpindahan sementara individu atau kelompok ke daerah tujuan di luar tempat tinggal normal, pariwisata harus mampu memberikan kesan pada setiap aktivitas yang dilakukan, kenyamanan dan kelengkapan dari fasilitas pendukung, serta kemudahan akses untuk berkunjung.

Desa Wisata Denai Lama berada di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara merupakan salah

satu desa yang dinilai memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Menurut keterangan pers dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemendparekraf), Kamis (10/6/2021), desa ini dinilai oleh Mendparekraf Sandiaga Uno dapat menyejahterakan masyarakat di era pariwisata baru.

Di tengah-tengah pandemi dan melambatnya ekonomi, Desa Wisata Denai Lama hadir untuk menjadi salah satu opsi desa wisata yang berkeadilan, yang memberikan gerak ekonomi untuk masyarakat dan membuka lapangan kerja seluas-luasnya, dan sebesar-besarnya. Dalam kunjungannya, Sandiaga menuturkan, desa wisata tersebut memiliki kearifan lokal yang dikemas menarik. Dia optimis bahwa sisi edukasi yang ditawarkan masyarakat nantinya dapat menarik banyak wisatawan.

Menurut Sandiaga, Desa Wisata Denai Lama memiliki beberapa hal menarik yang patut dilihat, di antaranya Kafe Baca dan beragam kearifan lokal yang kini tengah dikembangkan masyarakat. Selain itu, keindahan alam dan kekayaan tradisinya juga merupakan hal yang menarik. Yang paling menarik dari Desa Wisata Denai Lama ini adalah fokus di wisata edukasi. Tadi kita melihat ada Kafe Baca dan kearifan-kearifan lokal lainnya,” jelas Sandiaga. Lebih lanjut, dirinya menyebutkan, desa ini terkenal dengan literasi adat budayanya seperti budaya Jawa, Melayu, dan Batak. Ketiga suku itu juga menghasilkan kerajinan yang beragam seperti kain tenun khas Desa Denai Lama, batik jumpitan, kopi, dan kerajinan dari batok kelapa.

Di sana juga terdapat lokasi agrowisata Palo Naga. Wisatawan yang berkunjung dapat menikmati indahnya lahan persawahan dan pertanian. “Desa wisata seperti Denai Lama ini harus meningkatkan keterampilan masyarakat untuk menghadapi pariwisata era baru, pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan. Dari penjelasan tersebut, kami tertarik untuk mengangkat bahasan ini sebagai mini riset kami dengan judul “Analisis Konsep 3A dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Dusun IV, Desa Denai Lama, Kab. Deli Serdang)”.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai sifat deskriptif, penelitian ini cenderung menggunakan analisis. Dalam penelitian ini proses dan makna lebih banyak ditonjolkan dengan menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

### Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi di transfer ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sugiyono (2014) dalam (Walandouw, Worang, & Wenas, 2022) Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dusun IV yaitu Bapak Sucipto.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode observasi lapangan dan wawancara. Dilanjutkan dengan proses penelitian studi pustaka yang merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. (Sugiyono, 2005:83). Studi pustaka dapat memengaruhi kredibilitas hasil penelitian yang dilakukan.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Kawasan Agrowisata Paloh Naga yang terletak di Jl. Paloh Naga, Desa Denai Lama, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada hari Minggu, 22 Mei 2022. Penelitian berlangsung mulai pukul 10.00-14.00 WIB.

### Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian kualitatif deskriptif yaitu melalui studi pustaka, observasi, foto, dan lainnya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Data Primer (Studi Lapangan)

Studi lapangan adalah pengumpulan data atau informasi melalui kegiatan penelitian langsung turun ke lokasi penelitian untuk mencari fakta-fakta yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### 2. Data Sekunder (Studi Kepustakaan)

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti melalui sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, website, dan sebagainya.

### Teknik Analisis Data

Menurut Patton, analisa data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Beberapa tahapan model analisis interaktif Miles dan Herberman melalui empat tahap, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis SWOT.

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses seleksi, penyederhanaan, dan abstraksi. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolong-golongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip, penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulan.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Agar sajian data tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka sajian data dapat diwujudkan dalam bentuk matrik, grafis, jaringan atau bagan sebagai wadah panduan informasi tentang apa yang terjadi. Data disajikan sesuai dengan apa yang diteliti.

### 3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan, alur sebab akibat atau proporsi. Kesimpulan yang ditarik segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Dalam pengembangan objek wisata menjadi hal utama yang harus di perhatikan oleh pemerintah ataupun kepada Desa. Adapun komponen-komponen yang perlu di perhatikan dalam pengembangan pariwisata yaitu Atraksi, Amenitas dan Aksebilitas atau disebut juga dengan konsep 3A. Komponen tersebut harus berkesinambungan sehingga objek wisata dapat memiliki daya saing yang tinggi.

#### 1. Atraksi

Wisata Paloh Naga Dusun 4 memiliki beberapa atraksi wisata yang dapat dikatakan sebagai suatu objek wisata. Terdapat beberapa atraksi yang di tawarkan diantaranya yaitu:

- Tari sambutan
- Spot Foto yang berada di sepanjang jalan
- Pasar tradisional yang berada di jalan menuju Paloh Naga

Atraksi tersebut dari pengamatan di lapangan sangat menarik, sehingga pengunjung yang datang ke wisata Paloh Naga juga tertarik. Tari sambutan yang dilakukan yaitu tari Tepak Sirih yang berasal dari provinsi Riau. Tarian tersebut di bawakan oleh 8 orang yang mana 5 wanita dan 2 pria, satu diantaranya membawakan tepak berisikan sirih untuk di persembahkan kepada tamu.

Spot foto yang ada pada wisata Paloh Naga Dusun 4 terletak pada sepanjang jalan menuju wisata Paloh Naga. Ketika berjalan kita akan di suguhkan pemandangan yang sangat elok di lihat dengan kanan kiri pertanian (sawah) yang di batasi oleh bambu sebagai jembatan jalan menuju Paloh Naga serta di warnai sehingga sangat menarik untuk dilihat. Disisi-sisi jalan terdapat beberapa pohon dan tempat bersantai untuk menikmati pemandangan yang sangat asri.

Di pertengahan jalan menuju Paloh Naga kita akan melihat pasar tradisional yang menjual aneka makanan tradisional. Untuk membeli makanan di pasar tradisional terdapat aturan berupa menukarkan terlebih dahulu uang asli dengan koin. Hal ini tentu saja sangat menarik pengunjung karna terdapat sistem barter pada pembelian makanan.

#### 2. Amenitas

Amenitas adalah pelengkap dari atraksi utama wisata. Ketiadaan atau kurang baiknya kondisi amenitas pada lokasi wisata akan menurunkan minat dari wisatawan sehingga penyediaan amenitas pada lokasi wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaanya. Di Dusun 4 Desa Agrowisata Paloh Naga memiliki ketersediaan amenitas berupa:

- Rumah makan yang ada di penghujung wisata Paloh Naga
- Toilet yang berada hampir dekat dengan rumah makan
- Mushola
- Pembuangan Sampah
- Panggung untuk menyambut tamu/pengunjung yang datang
- Rest Area

#### 3. Aksebilitas

Aksebilitas adalah kemudahan untuk mencapai tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan juga waktu tempuh. Hal ini menjadi sesuatu yang sangat penting karena semakin tingginya aksebilitas maka akan semakin mudah pula untuk di jangkau serta semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan maka semakin banyak pula orang yang berkunjung.

Jika dilihat dilapangan untuk akses jalan menuju Desa Wisata Paloh Naga cukup mudah karena jarak Desa dengan Jalan besar itu lumayan dekat apalagi dari Jl.Wiliam Iskandar Medan hanya berjarak sekitar 36 menit. Kondisi jalan menuju wisata Paloh Naga juga cukup bagus dibuktikan dengan jalan yang beraspal. Namun jika ingin menuju wisata tersebut harus menggunakan kendaraan pribadi sebab tidak ada sarana transportasi yang melewati objek wisata ini. Lahan parkir masih sangat terbatas dan masih menggunakan lahan sawit milik warga.

#### 4 Analisis SWOT

Analisis S.W.O.T digunakan dalam penelitian ini untuk analisis pengembangan konsep 3A yang diterapkan pada Desa Denai Lama, tepatnya Dusun IV. Wisata Paloh Naga merupakan objek wisata yang sangat perlu untuk dijaga eksistensinya agar dapat berkembang lebih baik lagi dan mampu bersaing dengan objek wisata lainnya.

Analisis SWOT mampu memberikan gambaran secara umum mengenai kelebihan dan kekurangan baik dari sisi internal maupun eksternal yang dimiliki wisata Paloh Naga. Dibawah ini merupakan hasil wawancara dengan Kepala Desa Dusun IV, dimana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mengarahkan pada analisis SWOT.

<div style="text-align: center;">Internal</div> <div style="text-align: center;">Eksternal</div>	<p><b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya penyambutan dengan tarian tradisional;</li> <li>• Terdapat banyak spot foto yang menarik;</li> <li>• Adanya event yang memberikan banyak edukasi;</li> <li>• Terdapat pasar tradisional dengan jajanan khas tradisional;</li> <li>• Tersedianya SDM dan SDA yang berkualitas;</li> <li>• Pengelolaan wisata menggunakan sistem satu pintu;</li> <li>• Pengelola wisata merupakan masyarakat lokal.</li> </ul>	<p><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih kurangnya ide atau inovasi yang diterapkan;</li> <li>• Jumlah pengunjung hanya ramai ketika musim panen;</li> <li>• Belum lengkapnya fasilitas yang disediakan;</li> <li>• Terdapat keterbatasan terkait aksesibilitas menuju lokasi wisata;</li> <li>• Kurangnya promosi mengenai lokasi wisata;</li> <li>• Terdapat beberapa isu-isu miring dari orang luar;</li> <li>• Pengelolaan wisata terpusat pada satu pintu.</li> </ul>
<p><b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya rencana pembuatan rumah makan apung;</li> <li>• Rencana penyediaan perahu-perahu wisata dan <i>flying fox</i>;</li> <li>• Penambahan kuliner di pasar tradisional;</li> <li>• Perkembangan media sosial sebagai promosi.</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat daftar makanan dan minuman baru untuk wisata kuliner;</li> <li>• Penyuluhan dan peningkatan kerjasama antara pemerintah desa dengan masyarakat;</li> <li>• Pembentukan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengadakan promosi secara berkala;</li> <li>• Menjalin kerjasama dengan beberapa instansi untuk penyediaan fasilitas wisata;</li> <li>• Mengajak masyarakat dan pengunjung untuk ikut membantu promosi lewat akun sosial media.</li> </ul>
<p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurunnya minat wisatawan</li> <li>• Perubahan perilaku pengunjung</li> <li>• Penurunan pendapatan wisata pasca panen</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan potensi SDM dan SDA</li> <li>• Penyediaan objek wisata lain yang dapat mendatangkan pendapatan sebelum dan sesudah panen</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan ide dan inovasi untuk pengembangan objek wisata</li> <li>• Meningkatkan pelayanan dan pembentukan <i>event</i> baru untuk menjadi alternatif lainnya</li> </ul>

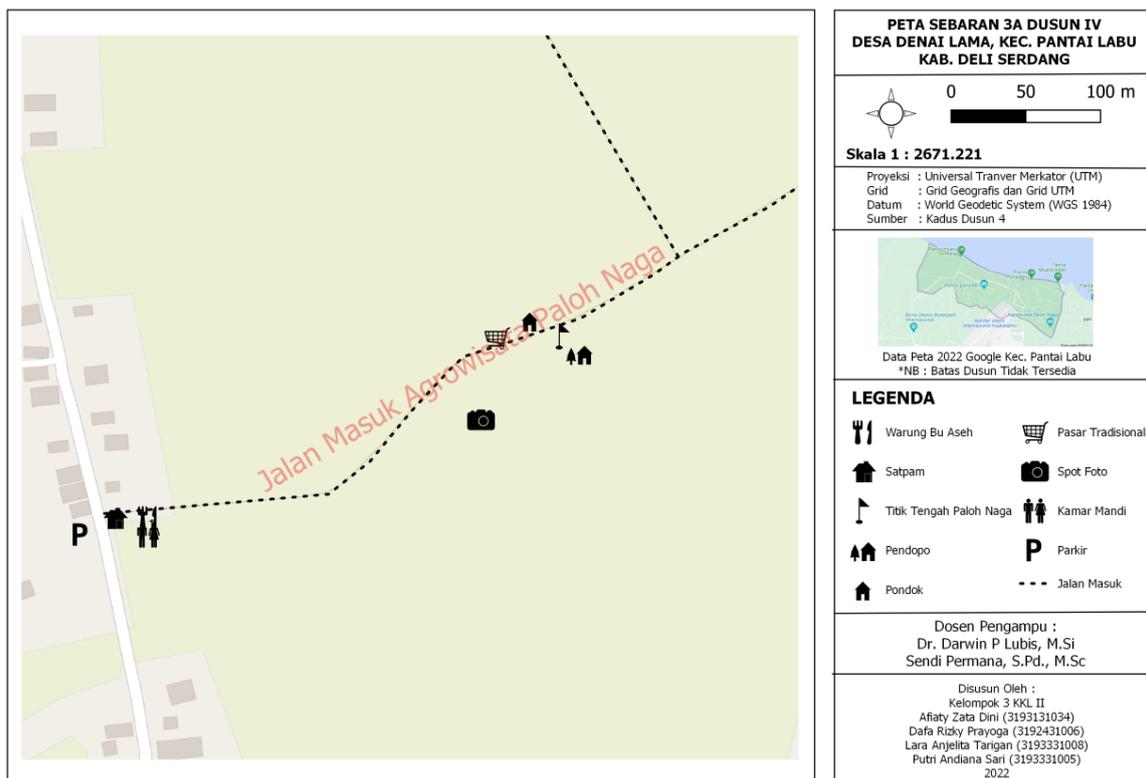
**Tabel 1.** Matriks Analisis SWOT  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022)

### Pembahasan Penelitian

Lokasi penelitian merupakan Desa Denai Lama yang terdiri dari 4 (empat) dusun dengan masing-masing potensi pariwisatanya. Dalam penelitian ini, batasan wilayah adalah Dusun IV. Dusun IV dikenal dengan potensi agrowisatanya yang dijuluki “Desa Agrowisata Paloh Naga”. Agrowisata ini cukup potensial untuk dikembangkan karena menggunakan lahan pertanian sebagai medianya. Tentunya hal ini mampu menarik perhatian wisatawan karena wisata edukasi cukup jarang ditemui dan banyaknya keluarga, khususnya orangtua, yang mencari lokasi wisata yang mengandung nilai-nilai edukasi untuk anak-anaknya. Hal ini sejalan dengan (Handayani, 2016) yang menyatakan agrowisata berbasis usahatani padi sawah

tradisional sebagai edukasi pertanian banyak diminati generasi muda.

Dan juga, (Utama, 2015) yang menyatakan dalam mengunjungi sebuah desa wisata berbasis usahatani padi sawah tradisional, orang tua ingin anak-anak mereka dapat mengetahui dari mana sebenarnya makanan itu berasal. Berdasarkan hal tersebut, agrowisata Paloh Naga dapat dikatakan sesuai dengan penjelasan Budiarti dalam (Kader & Soleman, 2020) yang menyatakan agrowisata atau wisata pertanian dapat dimaknai sebagai rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian.



**Gambar 1.** Peta Dusun IV, Desa Denai Lama  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022)

Di lokasi ini terdapat banyak spot foto yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk mengabadikan momen berwisata di Desa Agrowisata Paloh Naga. Untuk spot foto utama terdapat di bagian pertengahan sawah dengan tulisan besar “Paloh Naga” dengan

hiasan kolam kecil yang dilewati jembatan mini ditengahnya. Spot foto utama ini berdampingan dengan sebuah panggung mini tempat penyambutan pengunjung yang disuguhkan tarian-tarian dan ucapan sambutan oleh pengelola lokasi wisata. Kebutuhan akan

spot foto tentunya perlu, sebagaimana yang disampaikan (Retnasary, Setiawati, Fitriawati, & Anggara, 2019) bahwa spot-spot foto yang cocok untuk ditampilkan dalam akun instagram akan banyak diikuti oleh para pengikutnya.

Kemudian, terdapat spot foto yang berada di sebuah jembatan yang cukup panjang dengan nuansa pelangi atau warna-warni. Di setiap beberapa meter terdapat

seperti gapura dengan beragam bentuk menarik dan dilengkapi beberapa pondok mini di bahu jembatan untuk tempat meneduh dan duduk. Terlihat banyak pengunjung yang mengambil foto di area tersebut. Pemandangan sekitarnya juga sangat indah karena terhampar berhektar-hektar sawah yang dijadikan sebagai agrowisata. Saat musim panen, padi-padi terhampar luas menambah kesan foto semakin bagus.



**Gambar 2.** (a) Spot Foto Utama, dan (b) Spot Foto Jembatan.



**Gambar 3.** Sawah Agrowisata

Ada pula tradisi yang selalu dirayakan oleh penduduk setempat yaitu pesta panen atau kenduri panen. Tidak sedikit pengunjung yang datang kemari karena ingin melihat acara tersebut karena jarang ditemui di perkotaan. Banyak sekali daerah yang masih melakukan

hal ini, seperti pemaparan ((Aripah, 2022), (Ramadani & Qommaneeci, 2018), (Arifianto, S, & Dewi, 2018)) jika kenduri sko dipahami sebagai salah satu perhelatan adat masyarakat Kerinci yang diadakan setiap tahun atau beberapa tahun sekali sebagai wujud dari rasa

terima kasih masyarakat Kerinci kepada Allah SWT atas melimpahnya hasil panen yang didapat masyarakat, kemudian Kenduri Sko ini juga bentuk terima kasih masyarakat Kerinci atas jasa para leluhur mereka.

(Manik, 2021) juga menambahkan jika tradisi ini merupakan tradisi yang dilakukan bila ada orang yang akan diberikan gelar terlebih dahulu dan mesti diadakan selepas panen tiba. Lalu, ada juga tradisi *kenduri blang*, *kenduri peusijuek bijeh*, dan *kenduri jak cok ubat* di Gampong Ulee Gle, Pidie Jaya, Aceh yang dimaknai tiga pokok, yaitu sebagai ciri khas adat, sebagai jembatan penyambung silaturahmi, dan upacara wajib yang memperkokoh kesatuan masyarakat dan menjadi ajang perkumpulan para petani (Rukaiyah, Anismar, & Nasution, 2021).

Lokasi wisata ini juga didukung dengan keberadaan pasar tradisional yang berada di

jalan menuju panggung mini dan spot foto utama Paloh Naga. Pasar ini menjual berbagai macam makanan atau jajanan tradisional yang umumnya sudah sangat jarang ditemui pada masa kini. Hal yang menjadi keunikan pasar ini adalah adanya penggunaan kupon yang khusus disediakan sebagai alat pembayaran saat berbelanja di pasar tersebut. Untuk mendapatkan kupon, pengunjung dapat menukarkan uangnya pada pengelola di kios belakang panggung mini. Pasar ini buka dari pukul 08.00 – 12.00 WIB. Dengan hal ini, kesan berbelanja di pasar menjadi lebih mendalam dan unik seakan-akan pengunjung dibawa ke masa dulu dimana masyarakat melakukan barter dalam berniaga. Terdapat juga pondok-pondok yang dapat digunakan untuk berkumpul sembari menikmati jajanan tradisional yang dibeli.



**Gambar 4.** (a) Pasar Tradisional, dan (b) Pendopo.

Tentunya keberadaan pasar ini tidak lepas dari edukasi. Sesuai dengan pemaparan (Intani, 2014) bahwa tujuan utama menjual adalah mengembangkan usaha penjualan makanan. Sedangkan tujuan keduanya adalah mengenalkan makanan tradisional kepada semua kalangan. Baik itu dari kalangan usia kanak-kanak hingga orang tua, laki-laki maupun perempuan. Targetnya ke depan adalah mendirikan cafe dengan menu makanan tradisional. (Nurhayati, Mulyana, Ekowati, & Meilawati, 2014) menambahkan, makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai bahan makanan pokok yang dikonsumsi semata, tetapi juga mempunyai fungsi sosial, fungsi ritual, dan menjadi simbol identitas suatu masyarakat tertentu. Selain itu, cita rasa makanan tradisional khas, unik dan berbeda

dengan kuliner lainnya. Perbedaan tersebut bisa menambah daya tarik dari kuliner lokal dan berpotensi menjadi nilai lebih pada wisata kuliner (Lumanauw, 2018).

Beberapa masalah yang dihadapi seperti memerlukan bantuan dalam pemenuhan fasilitas penunjang, jumlah pengunjung yang tidak tetap dan kurangnya promosi desa agrowisata itu sendiri. Hal-hal ini berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*) yang tentunya membawa dampak bagi kehidupan masyarakat. Salah satu hal yang diperhatikan adalah memastikan seluruh pembangunan fasilitas penunjang pariwisata sesuai dengan peruntukannya sehingga mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Widiati & Permatasari, 2022).

Seperti penambahan kursi taman untuk tempat istirahat pengunjung yang termasuk sebagai fasilitas penunjang agar kebutuhan wisatawan terpenuhi selama berada di sana. Penambahan kios cendramata yang berada di parkirannya sehingga yang berjualan tidak berserakan dan

tertata dengan rapi. Dan juga dilengkapi fasilitas bermain lainnya serta tak lupa tetap mengelola fasilitas yang sudah ada dengan baik dan mengembangkan fasilitas penunjang sebagai daya tarik tambahan (Afrilian, 2021).



**Gambar 5.** Fasilitas Pendukung

Untuk kaitannya dengan promosi tentunya di era digital semua orang sudah menggunakan media sosial, hal ini didukung data dari (Walandouw, Worang, & Wenas, 2022) yang menyatakan media sosial yang paling sering digunakan untuk pemasaran tempat wisata adalah *Facebook* dan *Instagram*. Hal ini dikarenakan *Facebook* merupakan media yang paling cocok untuk memasarkan produk karena berbasis gambar/foto. Sedangkan *Instagram* memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya, sehingga orang lain dapat melihat gambar/foto yang kita bagikan.

Selain itu, melalui foto dapat menciptakan strategi *word of mouth* (WOM) yang mampu mempengaruhi *audience*. Strategi WOM melalui foto dalam media sosial *instagram* saat ini banyak dilakukan, dengan menampilkan foto-foto kualitas terbaik, kemudian akan diikuti oleh *audience* yang lainnya, sehingga menjadi viral (Retnasary, Setiawati, Fitriawati, & Anggara, 2019). Oleh karena itu, semua pihak yang ada, baik itu pengelola, pemerintah desa maupun pengunjung, hendaknya gencar mempromosikan lokasi wisata tersebut di semua media sosial yang dimiliki. Peran dinas pariwisata juga dituntut untuk turut serta membantu memperkenalkan desa agrowisata

ini seperti yang dilakukan oleh dinas pariwisata Kota Samarinda sebagai media promosi pariwisata selama pandemi Covid 19 (Nusantara, 2022).

Solusi ini tentunya berdampak besar bagi pengelola dan masyarakat karena hal ini sehubungan dengan rencana pembuatan rumah makan terapung yang masih dalam pengembangan akan berada di seberang panggung penyambutan dan spot foto utama. Berdasarkan hasil wawancara, nantinya kios-kios di sekitar panggung akan dipindahkan ke lokasi tersebut untuk menciptakan objek wisata yang baru. Nantinya di areal ini juga dilengkapi dengan perahu-perahu dan flying fox yang kemungkinan akan melintas di atasnya. Rumah makan terapung ini terinspirasi oleh objek wisata terapung lain yang ada saat ini, seperti pasar terapung atau warung diatas rakit di Lokbaitan dan Siring, Banjarmasin (Rosni, Budiwati, & Rosyadi, 2022) serta di Sungai Musi, Palembang (Khaliq & Rusdiana, 2021); keleteng terapung di Kawasan Wisata Bahari Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya (Putri, Yuniarti, & Fitriani, 2021); dan penginapan terapung di Desa Wisata Sukarame, Provinsi Banten (Sunardi, Sarwani, & Tatariyanto, 2022).

Dalam mengembangkan pariwisata ini sangat diperlukan adanya kerjasama yang baik dari pengunjung, pengelola, dan masyarakat sekitar. Salah satu langkah yang dapat ditiru adalah sosialisasi *Destination Management Organization* (DMO) adalah struktur tata kelola destinasi pariwisata yang mencakup perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi dan teknologi, yang dipimpin secara terpadu dengan peran serta masyarakat, asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pengelolaan, volume kunjungan wisata, lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan serta manfaat bagi masyarakat di destinasi pariwisata (Darmawan, Kanom, & Nurhalimah, 2020).

Hasil dari matriks SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yang merupakan hasil dari analisis internal dan eksternal (Nabila & Widiyastuti, 2018). Alternatif strategi yang dapat diberikan yaitu:

### 1. Strategi SO

- a. Membuat daftar makanan dan minuman baru untuk wisata kuliner
- b. Pasar tradisional menjajakan makanan dan minuman tradisional namun masih sekedar jajanan atau makanan ringan. Untuk itu, wisata kulinernya dapat diperluas dengan penambahan jenis makanan dan minuman tradisional yang disediakan untuk memperkaya daftar menu. Dan dapat juga dengan membuat inovasi dari makanan dan minuman yang ada untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.
- c. Penyuluhan dan peningkatan kerjasama antara pemerintah desa dengan masyarakat. Sosialisasi untuk mengajak partisipasi masyarakat lokal tentunya dapat membawa keuntungan bagi kedua pihak. Kerjasama yang dijalin dapat menciptakan hubungan erat yang dapat menemukan solusi dalam menentukan ide dan inovasi dalam pengembangan kawasan pariwisata ini.
- d. Pembentukan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat  
Pengembangan ini berkaitan dengan poin sebelumnya dimana pengembangan yang dilakukan tidak hanya dilakukan oleh pihak pemerintah melainkan juga turut mengajak masyarakat yang ada untuk ikut membantu dalam pengembangan. Seperti penyediaan fasilitas yang belum ada dapat diciptakan melalui kerjasama kedua pihak.

### 2. Strategi ST

- a. Memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan SDM dan SDA  
Pelatihan-pelatihan yang diberikan terkait pariwisata dapat membantu memperkaya wawasan masyarakat untuk meningkatkan potensi diri dan keterampilan dalam mengelola dan mengolah segala sumberdaya yang ada di sekitarnya. Tentunya ini mendorong untuk munculnya inovasi-inovasi baru dari pemikiran masyarakat sekitar.
- b. Penyediaan objek wisata lain yang dapat mendatangkan pendapatan sebelum dan sesudah panen  
Antisipasi untuk mencegah penurunan pendapatan pra dan pasca panen dapat dilakukan melalui pengadaan objek wisata baru yang hampir atau bahkan tidak

berpengaruh dengan keberadaan pertanian. Salah satu contoh dengan adanya sarana permainan yang disediakan untuk semua kalangan, baik untuk anak-anak maupun orang dewasa.

### 3. Strategi WO

- a. Mengadakan promosi secara berkala. Promosi sangat perlu dilakukan karena hal ini menjadi salah satu masalahnya. Promosi dapat dilakukan dengan menawarkan beberapa hal menarik yang dapat dinikmati pengunjung melalui pelayanan yang ditingkatkan seperti penyediaan paket wisata.
- b. Menjalinkan kerjasama dengan beberapa instansi untuk penyediaan fasilitas wisata. Peran pemerintah desa sangat diperlukan untuk mendapatkan bantuan dari instansi-instansi yang mampu membantu dalam pengembangan wisata ini, khususnya penyediaan fasilitas wisata. Kepala dusun dan kepala desa dapat bekerjasama dengan dinas pariwisata untuk memperkenalkan agrowisata tersebut sekaligus membantu memberikan akomodasi yang dibutuhkan.
- c. Mengajak masyarakat dan pengunjung untuk ikut membantu promosi lewat akun sosial media. Perkembangan sosial media di era digital semakin marak yang tentunya dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan kawasan agrowisata. Ini didukung dengan keberadaan spot foto yang indah dan cocok untuk di *upload* ke sosial media.

### 4. Strategi WT

- a. Meningkatkan ide dan inovasi untuk pengembangan objek wisata. Karena kawasan wisata di Dusun IV hampir sama dengan dusun lainnya, perlu adanya pembentukan atraksi baru yang unik dan tidak dijumpai oleh dusun lain. Dan objek wisata ini harus dapat digunakan untuk sepanjang musim demi kestabilan jumlah pengunjung yang datang.
- b. Meningkatkan pelayanan dan pembentukan *event* baru untuk menjadi alternatif lainnya.

Kegiatan/acara/*event* sangat dibutuhkan untuk meramaikan kawasan ini. Dengan adanya beragam kegiatan yang berganti-ganti dapat menaikkan jumlah pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan penentuan kegiatan atau acara yang dirayakan lalu menyusun ke dalam jadwal dan dipromosikan setiap harinya.

### SIMPULAN

Dusun IV, Desa Denai Lama, Kec. Pantai Labu, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara merupakan salah satu lokasi wisata yang memiliki sejumlah obyek wisata potensial. Salah satunya yang menjadi icon atau lambang dusun adalah Agrowisata Paloh Naga. Obyek ini menjadi inti dari obyek lain yang ada di Dusun IV karena banyaknya pengunjung yang ingin mengetahui tentang agrowisata. Berbagai obyek pendukung seperti adanya tarian penyambutan dan pasar tradisional yang berada di tengah jalur menuju Paloh Naga menambah kesan unik dari lokasi wisata ini. Fasilitas yang cukup memadai mendukung berkembangnya wilayah ini seperti ketersediaan beberapa spot foto dan pondok-pondok untuk pengunjung duduk bersantai sembari menikmati jajanan tradisional dan pemandangan agrowisata yang memanjakan mata.

Wilayah ini juga terus melakukan pengembangan seperti penambahan fasilitas yang ada serta rancangan-rancangan lain yang berguna untuk menarik minat pengunjung lebih banyak. Namun, masih banyak hambatan yang muncul di area ini seperti kurang dipromosikannya obyek wisata sehingga masih sedikitnya masyarakat yang mengetahui lokasi Paloh Naga. Selain itu, kurangnya ide dan inovasi dalam menciptakan fasilitas serta aset baru karena pengunjung hanya ramai disaat musim panen saja. Walau begitu, masyarakatnya berkualitas baik dan mau menerima perkembangan membuat sumber daya manusianya mampu mengolah sumber daya alam yang ada dengan sangat baik. Dengan adanya alternatif strategi pengembangan pariwisata dapat membantu perkembangan kawasan ini semakin maju dan terpenuhinya semua hal yang dibutuhkan.

## REKOMENDASI

Dibutuhkan adanya peningkatan edukasi kembali kepada seluruh masyarakat desa, khususnya Dusun IV, agar mampu mengembangkan ide dan inovasinya kembali. Selain itu, dibutuhkan kerjasama yang cukup baik antara pengelola dengan pengunjung untuk saling mendukung dan membantu dalam mempromosikan wilayah tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti berterima kasih dan bersyukur kepada Allah SWT., Tuhan Yang Maha Esa karena berkah dan karunia-Nya, penelitian dapat terlaksana dengan lancar. Peneliti juga berterima kasih kepada Bapak Sucipto selaku narasumber sekaligus Kepala Dusun di Dusun IV yang telah membantu peneliti dalam proses pengumpulan informasi terkait objek wisata di Dusun IV, Desa Denai Lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilian, P. (2021). Analisis Peran Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi Dalam Meningkatkan Fasilitas Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Kinantan. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(1), 44-48.
- Arifianto, D., S. N., & Dewi, S. F. (2018). Nilai-Nilai Moral dan Sosial dalam Penyelenggaraan Kenduri Sudah Tuai di Desa Kumun Mudik Kota Sungai Penuh. *Journal of Civic Education*, 1(3), 272-279.
- Aripah, M. (2022). *Tradisi Kenduri Sko Sebagai Wujud Rasa Syukur Masyarakat Atas Hasil Panen Di Desa Sungai Tutung Kabupaten Kerinci (Studi Living Qur'an)*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Bangun, E. H. (2019). *Analisisstrategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Di Desa Semangat Gunung*. Universitas Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Darmawan, R. N., Kanom, & Nurhalimah. (2020). Bimbingan Teknis Manajemen Tata Kelola Destinasi Pariwisata di Wisata Pinus Songgon Banyuwangi. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 539 - 546.
- de FRETES, R. A., Santoso, P. B., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimu Selatan Kota Ambon). *Jurnal Rekayasa Mesin*, 4(2). Firdaus. (2021, Agustus 23). *30+ Pertanyaan tentang Analisis SWOT Paling Lengkap*. Retrieved Mei 18, 2022, from wongcerdas.com: <https://wongcerdas.com/pertanyaan-tentang-analisis-swot/>
- Handayani, S. M. (2016). Agrowisata Berbasis Usahatani Padi Sawah Tradisional Sebagai Edukasi Pertanian (Studi Kasus Desa Wisata Pentingsari). *Jurnal Habitat*, 27(3), 133-138.
- Intani, R. T. (2014). Kiat Penjual Makanan Tradisional Dalam Menembus Pasar. *Patanjala*, 6(2), 315-328.
- Kader, A., & Soleman, S. (2020). Pemanfaatan Kekayaan Alam Dan Hasil Pertanian Sebagai Modal Pengembangan Agrowisata Daerah. *Journal of Ethnic Diversity and Local Wisdom*, 2(1), 17-27.
- Khaliq, A., & Rusdiana, Y. T. (2021). Peranan Sungai Batanghari Sembilan Sebagai Jalur Perekonomian Di Masa Kesultanan Palembang Darussalam Tahun 1659-1714. *Danadyaksa Historica*, 1(2), 105-116.
- Lumanauw, N. (2018). Pengembangan Makanan Tradisional Bali Pada Pasar Malam Di Pasar Sindu, Sanur, Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 9(1), 83-92.
- Manik, R. A. (2021). Filosofi Masyarakat Kerinci Dalam Kenduri Sko. *Jurnal Kandai*, 17(1), 135-152.
- Maryam, S. (2011). *Pendekatan Swot Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampong Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*. Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nurhayati, E., Mulyana, Ekowati, V. I., & Meilawati, A. (2014). Inventarisasi Makanan Tradisional Jawa Unsur Sesaji Di Pasar-Pasar Tradisional Kabupaten Bantul. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 19(2), 124-140.
- Nusantara, M. T. (2022). Peran Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata Kota Samarinda Sebagai Media Promosi Pariwisata Selama Pandemi Covid-19. *eJournal Administrasi Bisnis*, 10(1), 38-49.
- Palupiningtyas, D., Supriyadi, A., Yulianto, H., & Maria, A. D. (2022, Mei). Pengembangan Destinasi Wisata Masjid Kapal Safinatun Najah Dengan Komponen Pariwisata 3a Di Kota Semarang. *Media Wisata*, 20(1), 41-51.
- Pesik, F. R., Fela Warouw, F., & Karongkong, H. (2017). Pengembangan Potensi Kawasan Wisata Air Panas Di Langowan. *Spasial*:

- Perencanaan Wilayah dan Kota*, 4(3), 210-221.
- Puspitasari, D. (2019). *Strategi Pengembangan Produk Wisata (Studi Kasus Pantai Parangtritis di Kabupaten Bantul*. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Putri, R. N., Yuniarti, E., & Fitriani, M. I. (2021). Identifikasi Objek Wisata Bahari Desa Sungai Kakap Kecamatan Sungai Kakap. *Jelast : Jurnal PWK, Laut, Sipil, Tambang*, 8(3).
- Ramadani, Y., & Qommaneecei, A. (2018). Pengaruh Pelaksanaan Kenduri Sko (Pesta Panen) Terhadap Perekonomian Dan Kepercayaan Masyarakat Masyarakat Kerinci, Provinsi Jambi. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(1), 71-83.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76-83.
- Rosni, M., Budiwati, N., & Rosyadi, T. (2022). Strategi Pemberdayaan Perempuan Sekitar Daerah Aliran Sungai (Das) Martapura Dalam Pemanfaatan Pekarangan Untuk Usahatani Tanaman Obat Keluarga. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 7(3), 89-97.
- Rukaiyah, Anismar, & Nasution, A. A. (2021). Pemaknaan Simbolik pada Prosesi Kenduri Blang: Studi Kasus di Gampong Ulee Gle Pidie Jaya. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*, 2(1), 23-34.
- Shita, G. (2020, Desember 17). *Mengenal Konsep 3A dalam Pengembangan Pariwisata*. Retrieved Mei 30, 2022, from Handal Selaras: <https://www.handalselaras.com/mengenal-konsep-3a-dalam-pengembangan-pariwisata/>
- Sunardi, N., Sarwani, & Tatariyanto, F. (2022). “Peran Manajemen Bisnis dan Keuangan dalam Pengembangan Ekowisata Bahari dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Pesisir di Desa Sukarame, Propinsi Banten. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 3(2), 124 – 135.
- Utama, I. G. (2015). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia, Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*.
- Walandouw, J. A., Worang, F. G., & Wenas, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA*, 10(1), 340 - 349.
- Widiati, I. A., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*, 16(1), 35-44.
- Xendit. (2019, Maret 26). *Inilah Contoh Pertanyaan yang Sering Muncul di Analisis SWOT*. Retrieved Juni 1, 2022, from Xendit: <https://www.xendit.co/id/blog/ini-yang-harus-anda-pahami-tentang-analisis-swot-perusahaan/>