

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PARIWISATA DI SAMPURAGA KECAMATAN PANYABUNGAN BARAT KABUPATEN MANDAILING NATAL

Nurintan Siregar, M.E

Nurintansiregar86@gmail.com

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Abstrak

Kabupaten Mandailing Natal adalah kabupaten paling selatan Sumatera Utara, mencakup 6.620,7 km² (9,23%) pulau. Dengan 23 Kecamatan dan 386 pemukiman, jumlah penduduk sekitar 413.750 jiwa. Legenda Sampuraga adalah salah satu cerita rakyat dari Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Legenda ini terkait dengan objek wisata kolam Sampuraga yang berlokasi di Desa Sirambas Kecamatan Panyabungan Barat. Cerita rakyat legenda Sampuraga ini berkisah tentang seorang anak durhaka yang mendapat kutukan dari ibunya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif. Tujuan peneliti dalam analisis, deskriptif ini adalah untuk menggambarkan kejadian saat ini melalui analisis metodis dan penyajian fakta untuk membuatnya lebih mudah dipahami dan menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber. Informasi utama untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan sesuai dengan standar wawancara yang telah direncanakan sebelumnya. Selain itu, didukung oleh data sekunder dari organisasi- organisasi yang terhubung, antara lain dari organisasi berupa kajian, literatur, publikasi, laporan, dan lain-lain. bahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Pariwisata, Sampuraga

Abstract

Mandailing Natal Regency is the southernmost district of North Sumatra, covering 6,620.7 km² (9.23%) of the island. With 23 Districts and 386 settlements, the population is around 413,750 people. The legend of Sampuraga is one of the folktales from Mandailing Natal District, North Sumatra Province. This legend is related to the Sampuraga Pond tourist attraction which is located in Sirambas Village, West Panyabungan District. This Sampuraga folklore legend tells of a disobedient child who was cursed by his mother. This study uses a descriptive qualitative analysis method. The researcher's goal in this analytical, descriptive is to describe current events through methodical analysis and presentation of facts to make it easier to understand and draw conclusions. This study uses primary and secondary data as sources. The main information for this study was collected through interviews conducted according to pre-planned interview standards. In addition, it is supported by secondary data from connected organizations, including from organizations in the form of studies, literature, publications, reports, and others. materials related to this research.

Keywords: Creative Economy, Tourism, Sampuraga

A. PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif Indonesia dan Kementerian Pariwisata terus bekerja untuk meningkatkan industri pariwisata. Indonesia memiliki berbagai keunggulan komparatif dan kompetitif, khususnya di sektor pariwisata. Berbagai taktik telah dipasarkan melalui media. Pemerintah telah membuat strategi berdasarkan aspek perjalanan, pemasaran dan sumber daya manusia, serta masyarakat dan bisnis. Setiap strategi telah sejalan dengan inisiatif untuk meningkatkan daya tarik pariwisata Indonesia dan pemanfaatan teknologi (Herman, 2019). Banyak destinasi wisata di Indonesia memiliki rencana kreatif untuk mengembangkan pariwisata berkualitas tinggi. Tiga tujuan yang sangat vital, menurut Achsa, Destiningsih, dan Hirawati (2020), sangat penting untuk memaksimalkan perjalanan daya seperti yang telah dilakukan di Taman Bunga Manohara. Taktik ketiga adalah mempertahankan kekhasan tujuan wisata, memaksimalkan daya tarik wisata lokasi, dan meningkatkan profesionalisme manajemen secara keseluruhan (Dumilah et al., 2021).

Konsekuensinya, sumber daya manusia, industri, dan teknologi merupakan salah satu faktor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan pariwisata dan perekonomian Indonesia. Pemerintah telah menghentikan rencana kehumasannya, yang memanfaatkan hubungan media untuk membuat produk pariwisata lebih inovatif atau dikenal baik di kalangan domestik maupun internasional. Kemajuan teknologi dapat membuat media pemasaran pada masyarakat menjadi lebih mudah.

Setiap daerah selalu dituntut untuk mampu menghasilkan produk secara efektif di era persaingan global. Efisiensi seperti itu akan mendorong pertumbuhan pemikiran kreatif, yang pada akhirnya dapat menyebabkan lahirnya ide-ide orisinal dan kreatif. Pada titik ini, ekonomi kreatif yang erat kaitannya dengan industri kreatif dinilai dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Pada intinya, ekonomi kreatif berkaitan dengan produksi barang dan jasa menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas sebagai sumber kekayaan intelektualnya. Faktor manusia memegang peranan penting dan menjadi modal utama dalam setiap kegiatan ekonomi yang menghasilkan penciptaan industri baru, di mana kreativitas akan menjadi penggeraknya. (Yuli Pratiwi, 2020) dan (Sunarjo et al., 2019).

Rantai nilai aktivitas, yang mencakup sejumlah perusahaan yang dapat mengambil karyawan baru untuk membuka peluang bisnis bagi masyarakat, dan pariwisata terkait erat satu sama lain. Integritas yang baik adalah mata rantai penting dalam rantai pasokan industri

pariwisata, memiliki nilai tambah tersendiri, dan dapat memenuhi harapan pengunjung. Akibatnya, ikatan di sektor tersebut harus diperkuat untuk memastikan kesinambungan dan integritas yang baik dalam pengembangan barang dan jasa berkualitas tinggi bagi pengunjung (Sunarjo et al., 2019).

Karena banyak orang yang melek huruf, teknologi memudahkan pemerintah untuk mempromosikan pariwisata Indonesia, karena informasi pariwisata tersedia untuk masyarakat Indonesia dan masyarakat luar negeri. Semua informasi terbaru dapat diakses atau dipublikasikan dalam hitungan detik. Selain itu, sudah menjadi praktik yang meluas bagi bisnis dari berbagai sektor ekonomi untuk menjangkau publik menggunakan media sosial untuk mempromosikan pariwisata. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi tersebut berkat jaringan dan internet.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif. Tujuan peneliti dalam analitis, deskriptif ini adalah untuk menggambarkan kejadian saat ini melalui analisis metodis dan penyajian fakta untuk membuatnya lebih mudah dipahami dan menarik kesimpulan. Untuk mempelajari dan menganalisis situasi sosial ekonomi serta isu-isu pariwisata di Kabupaten Sumenep, penulis melibatkan dinas sosial kelompok di wilayah tersebut, baik pemerintah, komunitas kelompok, maupun swasta.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber. Informasi utama untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan sesuai dengan standar wawancara yang telah direncanakan sebelumnya. Selain itu, didukung oleh data sekunder dari organisasi-organisasi yang terhubung, antara lain dari organisasi berupa kajian, literatur, publikasi, laporan, dan lain-lain. bahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Mandailing Natal adalah kabupaten paling selatan Sumatera Utara, , mencakup 6.620,7 km² (9,23%) pulau. Dengan 23 Kecamatan dan 386 pemukiman, jumlah penduduk sekitar 413.750 jiwa. Wilayah ini termasuk Kabupaten Tapanuli Selatan sebelum Mandailing Natal menjadi kabupaten. Kabupaten Mandailing Natal dibentuk mengikuti pemekaran sesuai dengan Undang-Undang Nomor 112 Tahun 11998 yang diresmikan secara terbuka oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 9 Maret 1999 (Budi Harahap, 2021).

Legenda Sampuraga adalah salah satu cerita rakyat dari Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Legenda ini terkait dengan objek wisata kolam Sampuraga yang berlokasi di Desa Sirambas Kecamatan Panyabungan Barat. Cerita rakyat legenda Sampuraga ini berkisah tentang seorang anak durhaka yang mendapat kutukan dari ibunya.

Potensi suatu daerah dijelaskan dalam (Hasan et al., 2023) sebagai kemampuan untuk mengembangkan wilayahnya sendiri dengan tujuan meningkatkan rasa kebersamaan di antara penduduknya. Masyarakat di desa tersebut dapat mempunyai pentapatan alternative yang mana yang akan membantu pembangunan di wilayah tersebut dengan adanya objek wisata di suatu daerah. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu narasumber menyebutkan bahwa –Agar masyarakat setempat dapat berkontribusi, kami masih perlu banyak memberikan dukungan dan semangat kepada mereka. Masyarakat di sekitar kawasan wisata Sampuraga lebih banyak yang berjualan makanan, dan ada beberapa pajangan budaya Natal Mandailing, seperti Gordang Sambilan, namun hanya terjadi pada hari-hari besar keagamaan, tanah di sekitar objek wisata Sampuraga masih dimiliki oleh masyarakat setempat, dan hanya bangunannya saja yang dimiliki oleh pemerintah, hal ini menjadi hambatan internal pembangunan karena memerlukan persetujuan penduduk setempat. Sedangkan kurangnya komunikasi antara masyarakat dan dinas pariwisata tentang pengelolaan dan pengembangan daya tarik wisata merupakan persoalan eksternal.¶

Infrastruktur pariwisata Sampuraga secara umum baik dan berfungsi dengan baik, dibuktikan dengan kelancaran lalu lintas, kondisi infrastruktur komunikasi yang baik, dan pasokan listrik. Namun, sistem perbankan masih sangat kurang karena tidak ada bank di daerah tersebut. Keberadaan destinasi wisata Sampuraga telah diperhatikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Mandailing Natal guna memudahkan pengalokasian dana pembangunan dan penambahan sarana dan prasarana penunjang. Pembangunan sarana yang meningkatkan kaliber dan kuantitas sektor pelayanan publik, dukungan peningkatan penginapan secara bertahap dan berkesinambungan, serta daya dukung kawasan wisata Sampuraga dalam memenuhi kebutuhan pengunjung merupakan bagian dari upaya pengembangan daya tarik wisata Sampuraga di Desa Sirambas. . Jumlah pengunjung kawasan destinasi wisata Sampuraga ini tak pelak meningkat akibat ketersediaan fasilitas penunjang yang mulai memadai dalam menjawab kebutuhan mereka.

Tujuan dari promosi objek wisata Sampuraga adalah untuk menarik pengunjung ke lokasi tersebut. Diharapkan ini akan menjadi upaya untuk memperkenalkan lokasi ini ke

dunia luar melalui promosi. agar pengunjung tertarik dan akhirnya mengunjungi objek wisata yang bersangkutan. Kegiatan promosi menawarkan citra yang membantu membangun reputasi resor wisata yang ditargetkan. Pencapaian pendapatan wisatawan daerah memiliki hubungan positif dengan kegiatan ekonomi kreatif, dengan kegiatan ekonomi kreatif fashion berdampak positif terhadap pendapatan dan biaya industri pariwisata.

D. KESIMPULAN

Kabupaten Mandailing Natal merupakan salah satu sektor pariwisata yang prospektif untuk dikuasai, dikembangkan, dan dipromosikan kepada masyarakat luas berdasarkan wawancara dengan informan. Kabupaten Mandailing Natal memiliki sedikitnya 150 objek wisata hampir di setiap kecamatan, termasuk Sampuraga, objek wisata alam di pemukiman Sirambas. Keterkaitan antara tiga (tiga) pemangku kepentingan utama—sektor publik, sektor bisnis, dan masyarakat—diperlukan untuk memaksimalkan potensi objek terkait pariwisata. Untuk memenuhi tujuan pembangunan pariwisata, ketiga faktor ini harus bekerja sama satu sama lain. Oleh karena itu, dukungan dan keterlibatan masyarakat mutlak diperlukan bagi upaya pemerintah dan dunia usaha untuk mendongkrak pariwisata. Potensi daerah mencakup pengembangan objek wisata yang dapat memberikan pendapatan alternatif kepada masyarakat setempat dan pencapaian pendapatan wisatawan memiliki hubungan positif dengan kegiatan ekonomi kreatif.

Daftar Pustaka

- Budi Harahap, A. (2021). Pemberdayaan Kemandirian Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal At-Taghyir: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 4(1). <https://doi.org/10.24952/taghyir.v4i1.4565>
- Dumilah, D. R., Komarudin, M., Ubaidillah, R., Siagian, S., & Santoso, S. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Industri Pariwisata di Seaworld Ancol. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2021.v07.i02.p10>
- Hasan, P. S., Hamdani, I., & Hakiem, H. (2023). Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonomi Islam: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6). <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i6.3309>
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Ardianingsih, A. (2019). Analisis SWOT Sebagai Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Destinasi Pariwisata Batik Kota Pekalongan. *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 33(2). <https://doi.org/10.31941/jurnalpena.v33i2.900>
- Yuli Pratiwi, M. C. (2020). Peran Strategis Masyarakat Sadar Wisata Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Pariwisata (Studi Empiris: Desa Ujung Pandaran Kecamatan Teluk Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur). *Inovasi*, 17(1). <https://doi.org/10.33626/inovasi.v17i1.174>
- Hermawan, Elpa. —Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Membangun Media Relations. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 5, no. 2 (2020): 140.
- Wisata, Desa. -Vol.3 No.2 Juli 2019 *Journal of Tourism and Creativity* ISSN: 2549-483X|| 3, no. 2 (2019): 151–62.