

Strategi Pengembangan Atraksi Wisata Budaya Di Kampung Wisata Saribu Gonjong

Eddi Novra^{1)*}, Riko Riyanda²⁾, Nelya Suita³⁾

^{1)*}Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Eddinovra01@gmail.com

²⁾Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, riyanda.fisip@gmail.com

³⁾ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, nelyasuita1717@gmail.com

Abstract

Permasalahan penelitian ini adalah lemahnya SDM dalam pengembangan atraksi wisata budaya dan tidak banyaknya mengetahui tentang wisata budaya di Kampung Wisata Seribu Gonjong Kabupaten Lima Puluh Kota. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan atraksi wisata budaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang terdiri dari 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 menyelenggarakan acara adat ini, seperti pembuatan makanan adat yang lama hingga biaya yang besar menjadi kelemahan pada setiap acara, b) kurangnya regenerasi penyambung/penerus adat. 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 ialah tidak banyak remaja-remaja yang mau meneruskan dan melestarikan acara-acara adat.

Kata kunci: strategi, pengembangan, atraksi wisata, wisata budaya

Abstract

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 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. 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: the generation of special food makers is also relatively small in Saribu Gonjong area.

Keyword: strategy, Development, Tourist Attraction, Cultural Tourism

PENDAHULUAN

Kampung Wisata Kampung Sarugo (Saribu Gonjong) merupakan salah satu wisata budaya yang terkenal di kawasan 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.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan tersebut, dapat kita lihat banyak wisatawan dari tahun ke tahun yang datang mengunjungi Kampung Wisata Sarugo. Kampung Sarugo adalah desa wisata berbasis budaya yang terkenal dengan wisata seribu gonjongnya, karena keunikannya itu banyak kunjungan wisatawan ke Kampung Sarugo. Banyak nya kunjungan di wisatawan ke Kampung Sarugo ditandai dengan adanya potensi atraksi wisata. 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. Jumlah kunjungan Wisatawan di Kampung Sarugo dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kampung Wisata Sarugo Tahun 2019-2023

No	Bulan	Tahun					Wisnu	Wisman
		2019	2020	2021	2022	2023		
1.	Januari	-	60	135	181	-	376	-
2.	Februari	-	128	119	143	-	390	-
3.	Maret	-	116	523	111	-	748	4
4.	April	-	-	92	-	1441	1553	-
5.	Mei	-	-	184	-	280	464	-
6.	Juni	-	112	214	-	-	326	-
7.	Juli	-	265	116	-	-	381	-
8.	Agustus	-	253	423	-	-	676	-
9.	September	19	180	254	-	-	453	-
10.	Oktober	77	93	143	-	-	313	-
11.	November	71	120	226	-	-	417	-
12.	Desember	78	133	343	-	-	554	-

Beberapa potret atraksi Wisata Budaya di Kampung Saribu Gonjong dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
 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.	
4	Silek (Wisata Budaya) <i>"something to see"</i>	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) <i>"something to see"</i>	Tari Pasambahan Merupakan kebiasaan Kampung wisata sarugo untuk menyambut tamu yang 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

Potensi yang besar di Kampung Sarugo dengan banyak atraksi wisatanya bukan tanpa masalah, dari observasi masalah yang terjadi adalah lemahnya SDM 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 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.

Dilihat dari identifikasi masalah penelitian ini keterbatasan sumber daya manusia dalam mengembangkan atraksi wisata budaya, keterbatasan infrastruktur sarana dan prasarana, kurangnya promosi atraksi wisata di Kampung Sarugo dan keterbatasan aksesibilitas di Kampung Sarugo.

Dari identifikasi masalah penelitian ini maka **tujuan khusus** dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan atraksi budaya di Kampung Wisata Sarugo dari aspek wisata budaya, daya tarik wisata budaya, dan komponen wisata budaya. Karena sebagaimana diketahui pengelola wisata belum optimal dalam pengembangan atraksi wisatanya. **Urgensi** dalam penelitian ini adalah bagaimana penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, khususnya pengelola pihak kampung Wisata Saribu Gonjong memberikan rekomendasi dan bahan pertimbangan bagi pengelola Kampung Saribu Gonjong untuk merumuskan strategi pengembangan atraksi wisata budaya melalui strategi analisis SWOT.

Pendekatan pemecahan masalahnya adalah **pertama**, melakukan strategi pengembangan, yang dimaksud strategi pengembangan sendiri 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 (Afrilianasari, 2014). Menurut Rangkuti 2016 konsep yang digunakan dalam strategi yaitu kompetensi khas dan keunggulan kompetitif. Kemudian porter (2016) menyebutkan ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, diantaranya kepemimpinan biaya (*cost leadership*), strategi diferensiasi (*differentiation strategies*), dan strategi fokus (*focus strategies*).

Menurut (Gusroy, 2016) tahapan pengembangan antraksi dilakukan melalui tahapan strategi pengembangan antraksi wisata: 1) Analisis potensi wisata, 2) Identifikasi segmen pasar, 3) Perencanaan dan pengembangan, 4) Pengembangan infrastruktur dan fasilitas, 5) Promosi. **Kedua**, Antraksi wisata, Menurut Witt & Mouninho (2017). Antraksi Wisata adalah motivasi utama bagi para wisatawan dalam melakukan kegiatan kunjungan wisata. Lebih lanjut menurut (Suwena & Widyaatmaja, 2017), antraksi disebut merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan, antraksi merupakan modal (*tourism resources*) atau sumber dari kepariwisataan. Adapun yang menjadi aspek budaya wisata menurut Mappi (2016) terdiri dari 6 aspek diantaranya: upacara-upacara adat, tari-tarian tradisional, musik-musik tradisional, pakaian adat, bangunan-bangunan bersejarah dan cagar budaya.

Ketiga, pendekatan masalah yang digunakan adalah melalui analisis SWOT. Istilah SWOT adalah merupakan singkatan dari empat kata, yaitu: *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Keempat unsur ini merupakan aspek penting untuk dapat mengetahui kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh suatu daerah atau institusi tertentu. (Sjafrizal, 2015)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut (Lexy J. Moleong 2007), peneliti 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 Kampung Wisata Sarugo. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, lokasi dan waktu penelitian di Kampung Wisata Saribu Gonjong, Jorong Sungai Dadok, Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Gunung Omeh, Kabupaten 50 Kota, Sumatera Barat. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai akhir bulan Agustus 2023.

Jenis dan sumber yang digunakan adalah data primer, data sekunder, teknik penarikan sampel penelitian adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono 2012, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel (sumber data) dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini yang mengetahui keseluruhan aspek wisata budaya yang ada di Kampung Wisata Sarugo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, instrument atau alat penelitian adalah penelitian itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti merupakan alat kunci dalam penelitian kualitatif. Menurut (Sugiono 2018) 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.

Tabel 4.
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

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

		2. Perawatan bangunan cagar budaya 3. Cagar budaya sebagai antraksi 4. Pelestarian budaya dan tradisi 5. Budaya dan tradisi sebagai atraksi wisata
--	--	---

Sumber: Mappi 2016

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan empat tahap yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi (Sugiono, 2019). Teknik analisis data yang digunakan adalah 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian antraksi Wisata Budaya Kampung Wisata Sarugo dapat digambarkan berdasarkan analisis SWOT tabel sebagai berikut:

Tabel 5.
 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 pengalamandapat 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
	Opportunities (peluang)	Threats (ancaman)
1.	Pemerintah mendukung pengembangan sektor budaya	1. kerusakan lingkungan atau bencana alam
2.	Pengembangan antraksi 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.	Kerjasama antar sektor	9. Perubahan kebijakan pemerintah
10.	Pengembangan kegiatan budaya, pengenalan acara dan festival	10. Krisis ekonomi

Strategi Antraksi 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.

Aspek wisata budaya yang terdapat di Kampung Wisata Sarugo bisa memperlihatkan seni lokal seperti, upacara adat, tari tradisional, musik tradisional, pakaian adat, kerajinan tangan serta bangunan (rumah adat). Kuliner tradisional, makanan khas kampung wisata sarugo ada beberapa macam seperti baluik dalam tampuruang, dan piyaman. Wisatawan budaya dapat mencicipi hidangan lokal, dan belajar tentang teknik masak tradisional, dan memahami hubungan antara makanan dan identitas masyarakat.

Daya tarik wisata budaya 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 kurang memadai, seperti pelayanan terhadap wisatawan yang tidak pernah berubah dari waktu ke waktu.

Komponen Wisata Budaya, 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 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:

Analisis strategi destinasi wisata budaya

1. Kekuatan (*Strength*) strategi 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 tumbuk 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 di kawasan Kampung Sarugo.
 - b) Infrastruktur juga menjadi salah satu ancaman yang harus ditanggulangi untuk menarik wisatawan.

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 atau promosi, manfaatkan teknologi untuk mempromosikan atraksi 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 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. Meningkatkan kerjasama dengan pihak berwenang dan pemerintah untuk mendukung pengembangan atraksi wisata budaya.
3. Strength – Threat (ST)

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 – Threat (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.

PENUTUP

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 untuk melanjutkan dan melestarikan kegiatan adat di kawasan kampung wisata Sarugo.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilianasari. 2014. *Teori Pembangunan*. Surabaya.
- Gusroy. 2016. *Strategi Pengembangan*. Jakarta: Referensi Remaja.
- Lexy J.Moleong. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sjafrizal. 2015. *Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Era Otonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D Bandung*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena & Widyaatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Lasiran.