

**POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG  
EKONOMI MASYARAKAT  
(Studi Kasus Istana Maimun)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**INTAN PURNAMA SARI MATONDANG**  
**NIM. 0501163238**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

**POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG  
EKONOMI MASYARAKAT  
(Studi Kasus Istana Maimun)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

**Oleh :**

**INTAN PURNAMA SARI MATONDANG**  
**NIM. 0501163238**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul:

**POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG  
EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS : ISTANA MAIMUN)**

oleh:

Intan Purnama Sari Matondang

Nim. 0501163238

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE)  
pada program studi Ekonomi Islam

Medan, 23 Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Muhammad Ridwan, MA  
NIP. 19760820 200312 1 0004

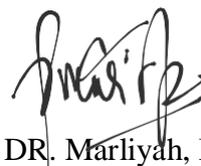
Pembimbing II



Rahmi Syahriza, S. Th. I, MA  
NIP. 19850103 201101 2 011

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



DR. Marliyah, M. AG  
NIP. 197601262003122003

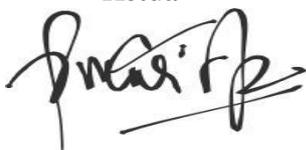
## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANGG EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUSU : ISTANA MAIMUN MEDAN)**” atas nama Intan Purnama Sari Matondang, NIM. 0501163238, Program Studi Ekonomi Islam telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU pada tanggal 29 Juli 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program studi Ekonomi Islam.

Medan, 29 Juli 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN SU

Ketua



**DR. Marliyah, M. AG**  
NIDN. 2026017602

Sekretaris



**Imsar, M.Si**  
NIDN. 2003038701

Anggota Penguji



**Dr. Muhammad Ridwan, MA**  
NIDN. 2020087604



**Rahmi Syahriza, S. Th. I, MA**  
NIDN. 2003018501



**Dr. Hj. Yenni Samri Juliaty, MA**  
NIDN. 2001077903



**Imsar, M. Si**  
NIND. 2003038701

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU



**Dr. Andri Soemitra, MA**  
NIDN. 2007057602

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Purnama Sari Matondang  
Nim : 0501163238  
Tempat/tgl lahir : 25 Januari 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jln. H. M. Yamin, gg. Syarif No. 9, Medan Perjuangan,  
Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul pengaruh **“POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS : ISTANA MAIMUN)”** .benar karya asli saya,kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya.apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya,sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Medan, 23 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Intan Purnama Sari Matondang

## ABSTRAK

**INTAN PURNAMA SARI MATONDANG, NIM. 0501163238, *Potensi Pariwisata Bersejarah Sebagai Peluang Pariwisata Bersejarah (Studi Kasus : Istana Maimun) : 2020, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Bapak Dr. Muhammad Ridwan, MA dan Pembimbing II oleh Ibu Rahmi Syahriza, S. Th. I, MA.***

Istana Maimun merupakan sebuah bentuk pelestarian budaya hingga sejarah. Tidak hanya mengenal melalui dokumen-dokumen saja, namun kita bisa berkelana secara langsung dengan mendatangi monumennya. Berkunjung ke Istana Maimun merupakan kegiatan *pariwisata bersejarah*. Dan ketika kita menikmati produk-produk yang diperjual-belikan oleh pedagang di taman wisata Istana Maimun, kita mendukung kegiatan ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, *pertama* mengenai *potensi* pariwisata bersejarah yaitu Istana Maimun dan *kedua* mengenai *peluang* ekonomi masyarakat yang dalam hal ini adalah para pedagang yang berada di Taman Wisata Istana Maimun. Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR No.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Penelitian ini dilakukan pada para pedagang di Taman Wisata Istana Maimun, Medan. Pendekatan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *pertama*, Istana Maimun memiliki potensi wisata bersejarah yang dapat menjadi peluang bagi *ekonomi masyarakat*. *Kedua*, jenis kegiatan ekonomi yang berpeluang untuk meningkatkan *ekonomi masyarakat* adalah berdagang, terutama pada jenis makanan dan minuman, selanjutnya oleh aksesoris & kerajinan, pakaian dan mainan. *Ketiga*, strategi dalam pengembangan Taman Wisata Istana Maimun adalah dengan melakukan pemanfaatan, pemerataan dan perbaikan fasilitas baik di Istana Maimun dan juga tempat para pedagang yang berjualan.

**Kata Kunci : Potensi, Peluang, Pariwisata Bersejarah, Ekonomi Masyarakat**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Batasan Istilah .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS .....</b>	<b>10</b>
A. Pariwisata.....	10
B. Etika Bisnis .....	34
C. Kajian Terdahulu.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	47
C. Subjek Penelitian.....	47
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	48
E. Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	52
B. Hasil Penelitian .....	55
1. Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun.....	55
2. Potensi Pariwisata Bersejarah (Istana Maimun).....	57

3. Peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun .....	62
4. Upaya-Upaya Pemerintah dalam meningkatkan peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun.....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel	Hal
1. Jumlah Pedagang di Taman Wisata Istana Maimun.....	6
2. Komponen dan Elemen Penting dalam Pariwisata.....	23
3. Tafsir Surah An-Nisa Ayat 29... ..	36
4. Kajian Terdahulu... ..	43
5. Daftar Nama Sultan-Sultan Deli .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Potret Pintu... ..	57
2. Potret Balairung... ..	58
3. Potret Meriam Puntung... ..	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Daftar Pertanyaan.....	71

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS : ISTANA MAIMUN)** Dengan Menggunakan Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif.

Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang disinari iman dan taqwa.

Skripsi ini disusun untuk diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan penuh rasa syukur dan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus penulis sampaikan terima kasih kepada :

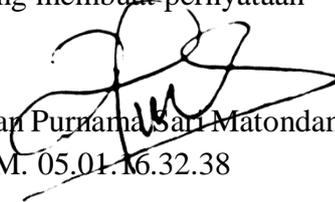
1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr.H. Muhammad Yafiz, M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harahap. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Mariyah, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Bapak Imsar, M.Si selaku Seketaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Muhammad Arif, MA selaku Pembimbing Akademik.
7. Bapak Dr. Muhammad Ridwan, MA sebagai Pembimbing Skripsi I dan Ibu Rahmi Syahriza, S. Th. I, MA sebagai Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
8. Pengurus Istana Maimun beserta Pedagang di Taman wisata Istana Maimun yang telah bersedia menjadi Narasumber.
9. Terimakasih kepada keluarga besar pak Matondang dan ibu Purba yang selalu mendukung saya.

10. Terimakasih kepada kak sundari dan kak ningsih yang telah membantu dan memberikan arahan dalam pembuatan skripsi.
11. Terimakasih kepada saudari Anisa Adliya Gultom dan Zahra yang telah menjadi supporter saya setiap waktunya.
12. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan Citra Nabila dan Sitta Rizky Ahda yang selalu ada dan mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada Kak Fuji, Erza Mutia, Kak Wulan, Eka dan anak kos gg syarif yang telah bersedia menemani saya dalam penelitian dan penulisan.
14. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan kelas EKI-F stambuk 2016 yang sudah menjadi tempat bersuka ria.
15. Terimakasih kepada organisasi UIE, FoSSEI SUMBAGUT, RZ, GenCAR yang telah menjadi tempat dalam berproses.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak atas bantuan dan amal baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai. Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca. penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Medan,

Yang membuat pernyataan

  
Intan Purnama Sari Matondang  
NIM. 05.01.16.32.38

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo sangat intensif dalam melaksanakan pembangunan infrastruktur seperti pembangunan jalan tol baru, penambahan jalur kereta api, pembangunan bandara dan pelabuhan laut dan lain sebagainya. Pemerintah pusat menilai bahwa pembangunan infrastruktur di Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan negara lain. Pembangunan infrastruktur tersebut bertujuan untuk merespon perubahan yang terjadi di dunia industri secara keseluruhan. Salah satu sektor industri yang berubah tersebut adalah industri pariwisata. Industri pariwisata saat ini dipandang sebagai sektor yang sangat menguntungkan Indonesia karena banyaknya potensi wisata yang dapat dikembangkan lagi secara optimal. Salah satunya adalah penerimaan pendapatan daerah di suatu wilayah yang memiliki destinasi wisata akan memiliki potensi untuk meningkat juga. Dengan demikian, perkembangan pariwisata di Indonesia tidak lepas dari pengembangan pariwisata di level daerah<sup>1</sup>.

Hal yang paling menarik di era ini adalah pariwisata. Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industry dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata<sup>2</sup>. Pariwisata bagi banyak daerah di Indonesia sangat diandalkan sebagai sector unggulan dengan kemampuannya menjadi penopang ekonomi daerah. Sebagai salah satu sector pembangunan, pariwisata menjadi sumberdaya yang dapat mendukung peningkatan potensi local yang ada, sehingga mampu mempersempit kesenjangan yang mungkin terjadi dengan daerah lain yang memiliki sumberdaya sejenis<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Rizki Adityaji,, Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT : Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya,, *Jurnal Pariwisata Pesona* Vol. 03 No. 1, 2018, hal. 20.

<sup>2</sup> Helln Angga Devy dan R.B. Soemanto, Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*. Vol. 32 No. 1, 2017, hal. 34.

<sup>3</sup> Aditha Agung Prakoso, Dampak Multiganda Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan daerah (RIPPARDA) terhadap Kepariwisataaan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataaan*. Vol.10 No.1. 2016, hal. 1

Tempat wisata di Medan ada banyak sekali, dari yang alami hingga buatan, dari baru hingga puluhan tahun, dari yang dikenal hingga tidak dikenal, dan dari bersejarah hingga biasa saja. Pariwisata juga memiliki beberapa tujuan yang melandasinya, baik untuk hiburan atau liburan, ziara dan ada juga sebagai pembelajaran atau menambah ilmu contohnya : wisata bersejarah.

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia bukan semata untuk meningkatkan pendapatan nasional saja, namun mempunyai spectrum yang lebih luas. Oleh karena itu pembangunan kepariwisataan di Indonesia memerlukan perhatian yang lebih tajam dan mendasar, misalnya dengan cara memposisikan destinasi obyek pariwisata yang sesuai dengan potensi alam dan budaya serta masyarakat yang terdapat pada masing-masing daerah di Indonesia. Dalam konteks ini, pada setiap daerah dapat memposisikan potensi obyek wisata yang dimiliki dan dapat tetap melestarikannya<sup>4</sup>.

Menurut IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*), pariwisata mestinya dikembangkan oleh setiap negara karena delapan alasan utama seperti berikut ini : *Pertama*, pariwisata sebagai factor pemicu bagi perkembangan ekonomi nasional maupun internasional. *Kedua*, pemicu kemakmuran melalui perkembangan komunikasi, transportasi, akomodasi, jasa-jasa pelayanan lainnya. *Ketiga*, perhatian khusus terhadap pelestarian budaya, nilai-nilai social agar bernilai ekonomi. *Keempat*, Pemerataan kesejahteraan yang diakibatkan oleh adanya konsumsi wisatawan pada sebuah destinasi. *Kelima*, penghasil devisa. *Keenam*, pemicu perdagangan internasional. *Ketujuh*, pemicu pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan profesi pariwisata maupun lembaga yang khusus yang membentuk jiwa hospitality yang handal dan santun, dan *Kedelapan*, pangsa pasar bagi produk lokal sehingga aneka-ragam produk terus berkembang, seiring dinamika social ekonomi pada daerah suatu destinasi<sup>5</sup>.

Dalam dinamika pembangunan ekonomi daerah, salah satu aspek yang perlu diperhitungkan adalah kemampuan untuk memanfaatkan atau menggunakan sumberdaya, baik sumberdaya alam, seefektif dan seefisien mungkin. Kemampuan dalam mengalokasikan

---

<sup>4</sup> Robby Binarwan dan Usman Chamdani, Istana Maimoon di Kota Medan Sebagai Daya Tarik Wisata (DWT), *Jurnal Parekraf*, Vol. 1 No.1,2014, hal. 73.

<sup>5</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, Dimensi Ekonomi Pariwisata Kajian Dampak Ekonomi dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten/Kota di Provinsi Bali, *Jurnal of Travel Research*, Vol. 54 No.2,2011, hal 1.

dan memanfaatkan sumberdaya tersebut akan sangat ditentukan oleh kapasitas dan ketersediaan sumberdaya dimaksud dengan kata lain, persediaan (dalam aspek kuantitatif) dan mutu sumberdaya (dalam aspek kualitatif) dan dimensi penggunaannya harus dirumuskan dalam suatu kerangka kebijakan pembangunan ekonomi daerah yang bermutu, adil, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan<sup>6</sup>.

Ekonomi tidak akan lepas dari aktivitas masyarakat. Dimana, dalam kegiatan ekonomi, masyarakat berupaya untuk mencapai segala kemakmuran yaitu suatu keadaan dimana manusia dapat memenuhi segala kebutuhannya, baik berupa barang atau jasa. Salah satu aspek yang harus diperhitungkan dalam pembangunan ekonomi daerah adalah kemampuan untuk memanfaatkan sumberdaya manusia dan alam selektif dan seefisien mungkin. Menurut M. Dwam Rahardjo, pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup yang terjadi dewasa ini adalah akibat dari cara kerja yang diukur lewat kemajuan pendekatan kuantitatif (hasil berdasarkan capaian angka-angka), dengan semata-mata menekankan segi efisiensi, sehingga kerap kali melupakan ongkos-ongkos (*cost*) atau pengorbanan yang harus dibayar, sebagaimana pernah dibahas dalam buku J. Mishan<sup>7</sup>. Karena itu, persediaan (secara kuantitatif), mutu sumberdaya (secara kualitatif), dan dimensi penggunaannya harus dirumuskan dalam sebuah kerangka kebijakan pembangunan ekonomi daerah yang bermutu, adil, berwawasan lingkungan, dan berkelanjutan. Karenanya, pembangunan ekonomi daerah merupakan program menyeluruh dan terpadu dari semua kegiatan dengan memperhitungkan sumberdaya ekonomi sehingga memberikan kontribusi positif kepada daerah dan masyarakatnya<sup>8</sup>.

Pemendagri RI Nomor 7 Tahun 2007 tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat, menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Pasal 1, ayat (8)). Inti pengertian

---

<sup>6</sup> Junaidi dan Zulgani, Peranan Sumberdaya Ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Pembangunan Daerah*. Edisi III, 2011, hal. 28.

<sup>7</sup> Maksum Nukhtar, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung : Alfabeta, 2013, hal. 195.

<sup>8</sup> Junaidi dan Zulgani, Peranan Sumberdaya ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Daerah, *Jurnal Pembangunan Daerah*, Edisi III, 2011, hal. 27.

pemberdayaan masyarakat merupakan strategi untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat<sup>9</sup>.

Tujuan dikembangkan dan dikelola dengan baik secara signifikan akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah dan devisa nasional. Berdasarkan hal tersebut dampak positif, pemerintah daerah akan berkomitmen untuk mendukung pengelolaan dan pelestarian obyek wisata kota dengan menyadari masih banyak benda-benda budaya dan situs sejarah yang belum dikelola dengan maksimal<sup>10</sup>.

Sumatera Utara merupakan wilayah yang sejak dahulu hingga sekarang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah. Dalam perjalanan sejarahnya, kegiatan ekonomi dan keadaan geografis yang melatarbeakangi lahirnya kerajaan-kerajaan besar di Sumatera Utara, salah satunya yakni kerajaan Deli. Istana maimun merupakan salah satu tempat atau wisata bersejarah di kota Medan. Melihat dari antusias wisatawan baik lokal maupun luar kota Medan, memiliki beberapa perspektif dalam menikmati tempat bersejarah ini. Ada yang ingin berfoto ria karena destinasiya memiliki arsitektur Eropa, ada pula yang penasaran dengan asal usul atau history tempat tersebut. Semua memiliki feedback yang baik untuk istana maimun. Dengan mendongkraknya jumlah pengunjung, maka akan semakin meningkatnya pula pendapatan yang diterima dan mengakibatkan kesejahteraan. Namun, hal ini juga berkaitan erat dengan hukum permintaan, dimana bunyi hukum tersebut adalah, “Adanya hubungan yang bersifat negative antara tingkat harga dengan jumlah barang atau jasa yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit. Apabila harga rencag, maka jumlah barang yang diminta meningkat”

Medan adalah kota multietnis, karena letak kota yang berdekatan dengan negeri Jiran. Keberagaman etnis yang terdapat di Medan, membuat kota Medan menjadi Multikultur. Sehingga timbul keberagaman pada sistem religi, hukum, arsitektur dan keseniannya. Dari sekian banyak aspek, yang paling terlihat multikulturalnya adalah dari segi arsitekturnya<sup>11</sup>. Ada beberapa warisan budaya yang berada di Indonesia terutama di kota Medan, dan salah

---

<sup>9</sup> Arif Eko Wahyudi Arfianto, Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi Desa. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*. Vol.2 No.1.2016, hal. 3.

<sup>10</sup> Robby Binarwan dan Usman Chamdani, Istana Maimoon di Kota Medan Sebagai Daya Tarik Wisata (DWT), *Jurnal Parekraf* Vol. 1 No.1, 2014, hal. 73.

<sup>11</sup> Nora Asteria, Bing Bedjo dan Baskoro Suryo, Perancangan Buku Wisata Arsitektur Bangunan Religi sebagai Aset Kota Medan, *Jurnal DKV Adiwarna* Vol.1 No. 2,2013, hal. 1.

satunya adalah Istana Maimun. Istana Maimun ini sekarang berada di tengah-tengah kota Medan dan menjadi salah satu ikon kota Medan selain dari Mesjid Raya dan Rumah Jong A Fie. Istana Maimun juga sebagai salah satu tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan domestic maupun mancanegara. Istana maimun yang sebagai peninggalan orang Melayu ini merupakan kebanggaan masyarakat kota Medan yang tetap ada hingga saat ini<sup>12</sup>.

Istana Maimun merupakan salah satu tempat bersejarah yang dapat diminati dikota Medan. Istana ini berlokasi di Jalan Brigadir Jenderal Katamso, kelurahan Sukaraja, Kecamatan Medan Maimun, Medan-Sumatera Utara, kurang lebih 3 kilometer dari Bandar Udara Polonia, Medan. Istana Maimun juga penting karena fungsinya sebagai pintu gerbang utama ke kota Medan. Kota Medan memiliki beberapa obyek wisata di kota<sup>13</sup>.

Istana Maimun adalah sebuah wisata sejarah yang masih melestarikan budaya baik dalam berbagai aspek. Nilai wujud budaya material masih hidup dalam masyarakat tersebut, pada budaya material seperti budaya tradisional terkonsentrasi dan terpelihara secara baik serta yayasan istana sepakat untuk memelihara. Hal ini tentunya menjadi daya tarik serta keunikan tersendiri dan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta pemanfaatan sumberdaya budaya untuk kepentingan komersial yang dapat membawa dampak pada peningkatan ekonomi rakyat. Salah satu upaya pemerintah kota Medan, mengaitkan sejarah dan pariwisata dengan membuka obyek wisata Istana Maimun. Nama tersebut telah dikenal dan tercatat sebagai salah satu daerah penting kesultanan Deli. Hal ini disebabkan dikota Medan terdapat Istana Kesultanan Deli. Dalam waktu-waktu tertentu, di istana ini diadakan pertunjukan music tradisional Melayu. Biasanya, pertunjukan-pertunjukan tersebut dihelat dalam rangka memeriahkan pesta kebudayaan, pesta perkawinan dan kegiatan sukacita lainnya. Selain itu, dua kali dalam setahun, Sultan Deli mengadakan acara silaturahmi antar keluarga besar Istana.

Adanya Taman Wisata Istana Maimun memberikan dampak positif khususnya bagi masyarakat yang tinggal disekitarnya, adapun dampak positifnya tersebut adalah terciptnya lapangan kerja bagi masyarakat dengan membuka usaha perdagangan. Berikut ini adalah

---

<sup>12</sup> Noprita Elisabeth Sianturi, Analisis Desain Langit-langit Istana Maimun, *Jurnal Proporsi*, Vol. 1 No. 2, 2016, hal. 216.

<sup>13</sup> Robby Binarwan dan Usman Chamdani, Istana Maimoon di Kota Medan Sebagai Daya Tarik Wisata (DWT), *Jurnal Parekraf*, Vol. 1 No.1, 2014, hal. 73.

masyarakat yang melakukan usaha perdagangan di Taman Wisata Istana Maimun menurut jenis usaha dan jumlah pedagangnya.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Pedagang di Taman Wisata Istana Maimun Menurut Jumlah Pedagangnya pada Tanggal 15 Februari 2020**

No	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Pedagang Kerajinan & Souvenir	5
2.	Pedagang Mainan	2
3.	Pedagang Makanan	21
4.	Pedagang Minuman	4
5.	Pedagang Pakaian	3
<b>Jumlah</b>		35

*(sumber daya hasil pra-riset 2020)*

Berdasarkan table 1.1 diatas, jumlah pedagang di Taman Wisata Istana Maimun berjumlah 35 Pedagang. Beberapa pedagang mengungkapkan bahwa hasil pendapatannya tidak hanya berpengaruh dari jumlah pengunjung Istana Maimun saja, melainkan juga dibentuk oleh selera, minat dan kebutuhan pengunjung. Daya saing yang tercipta di dalam pasar juga terjadi dikarenakan adanya penjual dengan jenis barang yang sama sehingga mengakibatkan perbedaan pendapatan. (hasil wawancara bersama pedagang di taman Wisata Istana Maimun).

Pendapatan adalah hasil pencarian yang diperoleh seseorang dalam sehari atau sebulan<sup>14</sup>. Menurut Winardi dalam kamus Ekonomi bahwa pendapatan atau penghasilan itu sama artinya dengan berupa uang atau material yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau manusia bebas<sup>15</sup>. Pendapatan merupakan suatu unsur paling penting didalam laporan keuangan, karena dalam melakukan aktivitas usaha, tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode keuangan yang diakui sesuai prinsip yang berlaku umum. Menurut Komaruddin, pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*wage*), upah (*salaries*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*), bersamaan dengan tunjangan uang pension dan lain sebagainya. Sedangkan yang menentukan tingkat

<sup>14</sup> Artistiyan Rosetyadi Firdaus, "Pengaruh, Modal, Lama, Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan" (Skripsi, 2012), hal. 19.

<sup>15</sup> Womardi. *Kamus Ekonomi*, 1991.

pendapatan, kesempatan kerja, dan harga adalah determinan riil, dimana faktor-faktor yang mempengaruhi determinan riil adalah luas dan kualitas pengaruh buruh, jumlah dan jenis sumber-sumber alam, peralatan modal dan kemampuan teknologi untuk menggunakan sumber-sumber yang sudah tersedia<sup>16</sup>.

Menurut Kasmir dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor, diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman pedagang, tenaga kerja, lingkungan sekitar, dan pendidikan<sup>17</sup>.

Berdasarkan hasil pra-riset dan wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 15 Februari 2020, peneliti menemukan beberapa hal diantaranya, adanya peluang untuk meningkatkan ekonomi masyarakat yang berada di Taman Wisata Istana Maimun dengan meningkatkan daya jual dan daya tarik para pedagang. Namun, dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya kendala yang menyebabkan bahwa rendahnya pendapatan yang diperoleh pedagang yang berada di Taman Wisata Istana Maimun, paling utama adalah ketidakwajaran harga barang-barang umum yang didagangkan kepada pengunjung Istana Maimun, juga dikarenakan beberapa faktor lain, yaitu : daya saing, selera konsumen, fasilitas pedagang, kuantitas pengunjung Taman Wisata Istana Maimun, dan lain sebagainya. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut perihal fenomena yang terjadi dengan judul **“POTENSI PARIWISATA BERSEJARAH SEBAGAI PELUANG EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS : ISTANA MAIMUN)**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun melalui Pariwisata Bersejarah?
2. Jenis kegiatan ekonomi apa saja yang berpeluang meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Tawan Wisata Istana Maimun?
3. Bagaimana strategi pengembangan Istana Maimun sebagai peluang Ekonomi Masyarakat?

---

<sup>16</sup> Yandhi Fernando, *Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima (studi kasus di pasar besar kota malang)*,2016, hal.3

<sup>17</sup> Dewa Made Aris, dkk. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Udayana*, ISSN : 2337-3067,2015, hal. 90.

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi-potensi dan peluang yang dimiliki oleh ekonomi masyarakat sebagai dampak dari wisata bersejarah di Kota Medan, Istana Maimun sebagaimana yang telah dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui peluang Ekonomi Masyarakat melalui Pariwisata Bersejarah.
- b. Untuk mengetahui jenis kegiatan yang berpeluang dalam meningkatkan Ekonomi Masyarakat.
- c. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengembangkan Istana Maimun sebagai peluang Ekonomi Masyarakat.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, kiranya penelitian ini dapat berguna untuk :

#### **a. Peneliti**

Sebagai bahan informative yang dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam pengembangan wisata bersejarah agar dapat berpotensi dan berpeluang terhadap ekonomi masyarakat.

#### **b. Akademik**

Sebagai bahan motivasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta sebagai bahan masukan, pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.

#### **c. Praktisi**

Dapat memberikan bahan informasi dan referensi kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, mahasiswa dan para pembaca dapat membantu pihak berkepentingan. Menambah pengetahuan dan memperkaya ilmu-ilmu social terutama mengenai potensi wisata bersejarah yaitu Istana Maimun

sebagai peluang ekonomi masyarakat Medan dan sebagai sumber informasi untuk melihat perkembangan dunia usaha.

#### **E. Batasan Istilah**

Agar penulisan karya tulis ini tidak menyimpang dari pembahasan, batasan istilah penelitian ini adalah :

1. Pariwisata adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seorang wisatawan dalam jangka waktu tertentu.
2. Pariwisata Bersejarah merupakan salah satu jenis dari pariwisata yang melakukan kegiatan kunjungan ketempat yang memiliki nilai pengajaran, adat-istiadat, monument bersejarah, peninggalan peradaban, kesenian dan lainlain. Pariwisata bersejarah yang dibahas disini adalah Istana Maimun.
3. Potensi Pariwisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh objek pariwisata untuk menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke tempat wisata tersebut. Daya tarik yang dimiliki oleh Istana Maimun terletak sebagai warisan budaya Melayu yang memiliki cirikhas perpaduan antara Islam, Spanyol, India, dan Italia.
4. Peluang Ekonomi Masyarakat adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh UMK dalam meningkatkan pendapatan atau profit. UMK yang memiliki peluang diantaranya adalah pedagang kerajinan, mainan, makanan, minuman, pakaian, dan souvenir.
5. Pengembangan Pariwisata Bersejarah dan Ekonomi Masyarakat adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan untuk memajukan ataupun mengoptimalkan wisata dan umk. Pengembangan Taman Wisata Istana Maimun adalah dengan cara mempromosikan wisata hingga memperbaiki fasilitas Taman Wisata Istana Maimun.
6. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti peluang ekonomi masyarakat melalui UMKM yang berada di Taman Wisata Istana Maimun. Dimana Istana Maimun merupakan pariwisata bersejarah yang menjadi ikon kota Medan, memiliki pengunjung disetiap waktunya baik domestik dan juga mancanegara.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Pariwisata

##### 1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata<sup>1</sup>.

Menurut para ahli bahasa, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu *pari* dan *wisatawan*. *Pari* berarti seluruh, semua dan penuh. *Wisata* berarti perjalanan. Dengan demikian pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan penuh yaitu berangkat dari suatu tempat, menuju dan singgah disuatu atau beberapa tempat, dan kembali ke tempat asal semula. Menurut *Soekadijo*, pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pembukaan cagar budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya semua itu dapat disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan para wisatawan akan datang.

Menurut Yoeti, syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan *pariwisata* apabila<sup>2</sup> :

- a. Perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal;
- b. Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya; dan
- c. Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

---

<sup>1</sup> Helln Angga Devy dan R.B. Soemanto, Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar, *Jurnal Sosiologi DILEMA* Vol. 32 No.1,2017, hal. 34.

<sup>2</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta : Andi ,2017), hal. 1.

Menurut Wahab, *pariwisata* mengandung tiga unsur antara lain : **manusia**, yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata; **tempat**, yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri; dan **waktu**, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan. Jadi, defenisi *pariwisata* adalah salah satu dari industry baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sector produksi lain di dalam negara penerima wisatawan<sup>3</sup>.

Kepariwisataan merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman<sup>4</sup>. Sementara menurut Spillane, *pariwisata* adalah suatu jasa dan pelayanan. Berdasarkan undang-undang Nomor 9 Tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok usaha, yaitu usaha jasa pariwisata, pengusaha objek dan daya tarik wisata dan usaha sarana pariwisata. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual dalam suatu lokasi tertentu serta mempunyai catatan administrasi tersendiri dan ada salah satu orang yang bertanggungjawab<sup>5</sup>.

Menurut *Spilane*, dalam arti luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam dan ilmu. Ditambah pula pariwisata terbagi atas beberapa jenis, yaitu :

- a) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*),
- b) Pariwisata untuk berekreasi (*recreation tourism*),
- c) Pariwisata untuk kebudayaan (*culture tourism*),
- d) Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*),
- e) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*), dan
- f) Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*).

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal. 2.

<sup>4</sup> Rahmi Syahriza, Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata *Sara* dan Devisanya dalam Al-Qur'an), *HUMAN FALAH* : Vol 1, No.2, Juli-Desember 2014, hal 136.

<sup>5</sup> I Bagus Rai Utama, op.cit. hal 3.

Menurut Joyosuharto bahwa pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi, yaitu:

1. Menggalakkan ekonomi,
2. Memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, *dan*
3. Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa.

Untuk menjalankan ketiga fungsi tersebut maka diperlukan pengembangan obyek wisata dan daya tarik wisata, meningkatkan dan mengembangkan promosi dan pemasaran, serta meningkatkan pendidikan dan penelitian kepariwisataan.

Dikemukakan oleh *Pendit* bahwa pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, karena dapat menyediakan lapangan kerja, menstimulasi berbagai sector produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan-kemajuan dalam usaha-usaha pembuatan dan perbaikan pelabuhan, jalan raya, pengangkutan, serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek surana budaya, pelestarian lingkungan hidup masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar.

Arti kata pariwisata merujuk pada kata *tourism* yang berasal dari bahasa Latin *tornare* dan Yunani *tornos* yang berarti memutar; pergerakan mengitari titik pusat. Sedangkan kata *tourism* sendiri, yang merupakan bahasa Inggris modern, memiliki arti suatu proses perilaku orang yang melakukan perjalanan dari satu titik ke titik lainnya dan kembali ke titik semula. Orang yang melakukannya disebut *tourist* atau wisatawan.

Defenisi pariwisata, seiring dengan perkembangan zaman, mengalami perubahan untuk mengungkap sifat penting dari pergerakan wisatawan (baik domestik maupun internasional). Tujuannya adalah agar dapat digunakan sebagai batasan atau acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya yang terkait dengan dunia pariwisata.<sup>6</sup>

Sesuai dengan Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, usaha pariwisata digolongkan ke dalam<sup>7</sup>:

---

<sup>6</sup> Rimsky K Judisseno, *Aktivitas Kompleksitas Kepariwisataan*, (Jakarta : PT Gramedia, 2017), hal. 1-2.

<sup>7</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, loc. cit.

**a.) Usaha Jasa Pariwisata**

Usaha jasa pariwisata timbul karena adanya berbagai macam keperluan dan kebutuhan bagi wisatawan akan mendorong tumbuhnya berbagai jenis usaha jasa pariwisata yang menyediakan keperluan bagi wisatawan serta bertujuan untuk membantu kelancaran perjalanan calon wisatawan.

Usaha jasa pariwisata terdiri dari :

- a. Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.
- b. Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan.
- c. Usaha jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata.
- d. Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang (misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.
- e. Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.
- f. Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa berupa saran dan nasehat yang diberikan untuk penyelesaian masalah-masalah yang timbul mulai dan penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya dan disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui serta disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli profesional.

- g. Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.

**b.) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata yang dikelompokkan dalam :**

- a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai objek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai objek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
- c. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus, merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan atau potensi sebagai seni budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.

**c.) Usaha sasaran pariwisata dikelompokkan dalam :**

- a. Penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan. Perjalanan wisata dengan jarak jauh yang ditempuh lebih dari 24 jam, maka diperlukan suatu akomodasi tempat menginap atau istirahat.
- b. Penyediaan makanan dan minuman adalah usaha pengolahan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi atau pun sebagai usaha yang berdiri sendiri.
- c. Penyediaan angkutan wisata adalah usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya, yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata.
- d. Penyediaan sarana wisata tirta adalah usaha penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta, dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing.

- e. Penyediaan kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata, menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

## 2. Jenis Pariwisata

Karena suatu daerah maupun suatu Negara pada umumnya dapat menyajikan berbagai atraksi wisata, maka akan sangat menarik untuk mempelajari dan mempersoalkan jenis pariwisata mana yang sekiranya mempunyai kesempatan yang paling baik untuk dikembangkan di daerah atau negara tersebut. Hal ini juga akan berpengaruh pada fasilitas yang perlu dipersiapkan dalam pembangunan maupun dalam program-program promosi dan periklanannya.

Jadi, dalam ajaran Islam pun telah diterangkan secara jelas tentang diperbolehkannya pariwisata ke berbagai tempat di seluruh dunia dengan maksud dan tujuan tertentu yang diantaranya adalah<sup>8</sup> :

1. Beribadah, seperti Haji dan Umrah.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan agama, seperti ke tempat yang menyimpan sejarah tentang Islam.
3. Berdakwah dan Menyiarkan Agama Islam.
4. Pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasihat, pelajaran dan manfaat lainnya.
5. Menikmati indahnya alam sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap ke-Esaan Allah dan memotivasi diri untuk menunaikan kewajiban hidup.

Walaupun banyak jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, dapat pula dibedakan adanya beberapa jenis Pariwisata khusus sebagai berikut :

---

<sup>8</sup> Rahmi Syahriza, Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata *Sara* dan Devisanya dalam Al-Qur'an), *HUMAN FALAH* : Vol 1, No.2, Juli-Desember 2014, hal 141.

1.) **Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)**

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin-tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan. Sementara orang mengadakan perjalanan semata-mata untuk menikmati tempat-tempat atau alam lingkungan yang jelas berbeda antara satu dengan lainnya. Yang lain akan bangga jika dapat mengirimkan gambar-gambar untuk menyatakan bahwa telah begitu banyak kota maupun negara yang telah dikunjungi. Jenis pariwisata ini menyangkut begitu banyak unsur yang sifatnya berbeda-beda, disebabkan pengertian *pleasure* akan selalu berbeda kadar pemuasnya sesuai dengan karakter, cita rasa, latar belakang kehidupan, serta temperamen masing-masing individu.

2.) **Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)**

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya, mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya di tepi pantai, di pusat-pusat peristiahatan atau pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resorts*. Termasuk dalam kategori ini ialah mereka yang karena alasan kesehatan dan kesembuhan harus tinggal di tempat-tempat yang khusus untuk memulihkan kesehatannya, seperti di daerah sumber-sumber air panas dan lain-lain.

3.) **Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)**

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat,

kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain; untuk mengunjungi monument bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan; atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni music, teater, tarian rakyat lain-lain.

#### 4.) **Pariwisata untuk olahraga (*sports tourism*)**

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori :

- a) *Big Sports Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain. Negara yang memiliki banyak fasilitas atau tempat-tempat olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olahraga pariwisata ini.

#### 5.) **Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)**

Seperti disebutkan dimuka, jenis pariwisata ini telah menimbulkan berbagai persoalan. Banyak ahli teori, ahli sosiologi maupun ekonomi beranggapan bahwa perjalanan untuk keperluan usaha tidak dapat dianggap sebagai wisata karena unsur *voluntary* atau sukarela tidak terlibat. Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk *professional travel* atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan. Ide pilihan yang dianggap fundamental dari *individual liberty* atau kebebasan individu yang merupakan bagian penting dari pariwisata tidak nampak.

Dalam istilah *business tourism* tersirat tidak hanya *professional trips* yang dilakukan kaum pengusaha atau industrialis, tetapi juga mencakup semua kunjungan ke pameran, kunjungan ke instalasi teknis yang bahkan menarik orang-orang di luar profesi ini. Juga harus pula diperhatikan bahwa kaum pengusaha tidak hanya bersikap dan berbuat sebagai konsumen, tetapi dalam waktu-waktu

bebasnya, sering berbuat sebagai wisatawan biasa dalam pengertian sosiologis karena mengambil dan memanfaatkan keuntungan dari atraksi yang terdapat di negara lain tersebut.

#### 6.) **Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)**

Peranan jenis pariwisata ini makin lama makin penting. Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional, banyaknya simposium maupun sidang yang diadakan setiap tahun di berbagai negara pada tahun 1969 telah ditaksir sebanyak 3.500 konferensi internasional. Jumlah setiap tahunnya terus meningkat dan diperkirakan mencapai angka 9.500 untuk tahun 1975 dan 19.000 konferensi internasional untuk tahun 1980. Di samping itu, perlu ditambahkan pula adanya berbagai pertemuan dari badan-badan atau organisasi internasional. Konvensi dan pertemuan bentuk ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara. Jika pada taraf-taraf perkembangannya konvensi-konvensi semacam itu hanya dilakukan secara tradisional di beberapa kota tertentu, maka sekarang berbagai *tourist resorts* atau daerah-daerah wisata banyak yang menawarkan diri untuk dijadikan tempat konferensi. Bahkan untuk tujuan tersebut telah ada beberapa negara seperti Belgia maupun Prancis yang membentuk asosiasi-asosiasi sebagai sarana yang dianggap penting untuk mencapai tingkat pengisian kamar-kamar yang layak pada hotel-hotel mereka, terutama pada musim-musim menurunnya jumlah wisatawan yang masuk ke negara-negara tersebut. Banyak negara yang menyadari besarnya potensi ekonomi dari jenis pariwisata konferensi ini sehingga mereka saling berusaha untuk menyiapkan dan mendirikan bangunan-bangunan yang khusus diperlengkapi untuk tujuan ini atau membangun “pusat-pusat konferensi” lengkap dengan fasilitas mutakhir yang diperlukan untuk menjamin efisiensi operasi konferensi<sup>9</sup>.

### 3. **Bentuk-Bentuk Pariwisata**

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk-bentuk

---

<sup>9</sup> James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata sejarah dan prospeknya*, (Yogyakarta : Kanisius,1991), hal. 31.

perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan serta pengaruh-pengaruh ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut.

#### **A.) Pariwisata Individu dan Kolektif**

Baik pariwisata dalam negeri maupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu :

- a. *Individual tourism* atau pariwisata perorangan, dan
- b. *Organized collective tourism*, atau pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik.

Kategori pertama meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan maupun pembuatan programnya, sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan.

Kategori kedua meliputi sebuah biro perjalanan (*travel agent* atau *tour operator*) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas. Biro perjalanan ini menawarkannya kepada siapa saja yang berminat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk keperluan seluruh perjalanan tersebut. Peserta *organized tour* ini dibebaskan dari segala macam pengurusan karena baik perlengkapan maupun jasa-jasa lain yang diperlukan telah disediakan oleh penyelenggara perjalanan. Alternatif lain ialah bila ada sebuah biro perjalanan yang mengorganisasi *individual trips* untuk seorang atau lebih tanpa harus ikut serta dalam kelompok seperti di atas. Atau mungkin juga biro perjalanan mengorganisasi *affinity groups* atau kelompok gabung sehingga memungkinkan untuk memanfaatkan keringanan biaya udara (*incentive fares*). Kelompok perjalanan dapat juga diorganisasi untuk keperluan anggota-anggota dari asosiasi-asosiasi yang tidak bersifat mencari

keuntungan, seperti klub-klub organisasi profesional, serikat dagang atau anggota-anggota staf perusahaan perorangan.

## **B.) Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek dan Pariwisata Ekskursi**

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas :

- a. *Pariwisata Jangka Panjang* merupakan suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih bila terjadi pada jenis *recreation* atau *cultural tourism*. Selama ini sudah ada *pleasure tourism* sebagai akibat meningkatnya mobilitas wisatawan modern sekarang, terutama yang menggunakan kendaraan bermotor. Akan tetapi, *Pleasure trips* dalam kategori jangka waktu manapun pada umumnya mencakup kunjungan ke berbagai negara yang terdiri dari kunjungan serta singgah hanya dalam waktu pendek di setiap kota atau negara yang dikunjungi.
- b. *Pariwisata Jangka Pendek* atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan panjang.
- c. *Pariwisata Ekskursi* atau *excursionist tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat menyolok bagi daerah-daerah perbatasan.

## **C.) Pariwisata dengan Alat Angkutan**

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya, kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lain. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya. Bentuk ini patut diperhatikan terutama untuk kebijaksanaan investasi.

#### **D.) Pariwisata Aktif dan Pasif**

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering di sebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi keluar negeri dan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negative terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*. Hikmah pengaruh pariwisata internasional terhadap neraca pembayaran negara ini dapat kita ambil.

#### **E.) Pariwisata Kebudayaan**

Pembangunan ekonomi dengan sendirinya membawa akibat dalam bidang sosial dan budaya. Akibat itu ada yang dinilai baik, tetapi juga ada yang dinilai buruk. Biasanya akibat yang dinilai baik tidak hanya menarik perhatian orang banyak, mungkin karena dianggap sudah sewajarnya dalam usaha masyarakat memperbaiki kehidupannya. Sebaliknya akibat yang dinilai buruk menimbulkan kritik, bahkan mungkin sekali mencetuskan reaksi dan tindak kekerasan dari berbagai golongan dalam masyarakat.

Adanya pariwisata internasional membawa lembaga-lembaga baru dalam kebudayaan di Indonesia. Selain itu ia pun berpengaruh juga menggairahkan hidup budaya kita karena pada umumnya para wisatawan asing berkunjung untuk melihat dan mengalami keadaan alam dan kebudayaan yang khas di Indonesia. Misalnya : di samping keinginan bangsa Indonesia sendiri untuk menemukan kembali unsur-unsur kepribadian asli, pariwisata juga merupakan daya pendorong kuat yang dapat menciptakan sendratari Ramayana di Prambanan, drama gong di Bali, dan tarian-tarian baru di berbagai daerah negara kita, bertahannya kerajinan perak di Kendari dan Yogyakarta; kesenian patung dan lukisan di Bali muncul; serta menyebarnya kerajinan batik dalam bentuk seni modern yang segar. Banyaknya ciptaan baru yang menyimpang dari penggunaan tradisional, jelas mengandung pengaruh pariwisata di dalamnya.

Umumnya kesenian, upacara-upacara agama atau adat juga menarik perhatian para wisatawan asing dan wisatawan Indonesia. Upacara di pura-pura Bali, upacara pembakaran jenazah di Bali, upacara labuhan di Parang Tritis Yogyakarta, upacara Waisak di Borobudur, dan akhir-akhir ini upacara pemakaman jenazah di tanah Toraja Sulawesi Tengah, senantiasa mendapat kunjungan banyak wisatawan. Bahkan jauh sebelum upacara-upacara itu akan dilakukan, biro perjalanan di Jakarta sudah sibuk mengatur perjalanan para wisatawan yang ingin mengunjunginya.

Upacara-upacara itu sendiri berasal dari sistem kepercayaan atau adat suku bangsa yang berkepentingan, dan oleh karena itu mempunyai arti budaya yang mendalam bagi masyarakat yang melakukannya. Adanya wisatawan yang menonton sebenarnya merupakan gejala yang tidak termasuk dalam tata susunan upacara-upacara itu. Meskipun demikian perhatian orang banyak itu menambah kebanggaan mereka/ mereka berusaha menyelenggarakan dengan selengkap-lengkapinya, bahkan semewah mungkin.

Kejadian yang demikian itu tampak pada upacara pembakaran jenazah di Bali dan upacara pemakaman di tanah Toraja. Memang baik dipandang dari sudut ilmu ekonomi, upacara-upacara itu dapat dianggap sebagai penghamburan dan penghancuran kekayaan secara konsumtif, dan amat merugikan proses produksi pengembangan ekonomi masyarakat yang melakukannya. Sering kali sukar dimengerti bahwa masyarakat jauh lebih bangga dan puas hati akan budayanya daripada peningkatan produksi barang dan peningkatan penghasilan uang. Tetapi itu tidak berarti bahwa suku-suku bangsa yang di sebut diatas kebal terhadap pengaruh ekonomis dari pariwisata. Sama sekali tidak. Makin besar jumlah wisatawan yang setiap tahun mengunjungi suatu daerah untuk mengagumi kebudayaan, makin jelas timbul dan tumbuhnya keinginan masyarakat yang dikunjungi untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dari kunjungan para wisatawan itu. Justru di sinilah letaknya persoalan dalam hubungan antara pariwisata dan kebudayaan.

#### 4. Komponen dan Elemen Pariwisata

Komponen utama pariwisata adalah terdiri dari :

1. Aksesibilitas
2. Akomodasi
3. Atraksi
4. Fasilitas
5. Aktivitas

Komponen dan elemen-elemen pariwisata itu akan terus berkembang sesuai dengan kreativitas *stakeholder* pariwisata di suatu destinasi negar atau destinasi wisata. Kemajuan teknologi informasi dan transportasi saat ini menyebabkan berbagai destinasi dapat berinteraksi dan dengan mudah dapat saling bertukar pengalaman, sehingga perkembangan destinasi disesuaikan dengan kekuatan modal destinasi wisata. Hukum ekonomi berlaku dalam perkembangan destinasi. Data awal tentang jumlah kunjungan wisata, baik domestik maupun wisatawan mancanegara menjadi dasar dan alasan yang kuat masuknya modal investasi di destinasi-destinasi berprospektif<sup>10</sup>.

Negara memiliki kepentingan terhadap destinasi pariwisata ini, yaitu sebagai ruang public bagi negaranya, bukan saja sebagai ruang rekreasi namun juga sebagai ruang untuk melepaskan tekanan-tekanan psikologis warga negara dari berbagai kesibukan hidup dan kesulitan hidup.

**Tabel 2.1 Komponen dan Elemen Penting dalam Pariwisata<sup>11</sup>:**

Komponen dan Elemen-Elemen Pariwisata			
Pemasaran	Aksesibilitas	Destinasi	Sumber daya dan Kelembagaan Pariwisata
		Daya tarik wisata :	Konsultan

<sup>10</sup> Burhan bungin, *Komunikasi Pariwisata* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 86-88.

<sup>11</sup> Kobul Harahap, *Potensi Peluang Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Padang Lawas*, (*Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), hal. 12.

Jasa Informasi	Transportasi	view, budaya, tradisi, religi dan lain-lain.	pariwisata
Alat Informasi	Udara, laut, darat : kereta api, bus, pribadi	Kawasan pariwisata : Ekowisata, wisata sport, wisata belanja, wisata religi, wisata kuliner, wisata kesenian, wisata pantai	Tersedia pakar dan ilmuwan pariwisata
Metode Informasi	Travel agen	Hospitality (kebersihan, keramahan, kenyamanan, keamanan)	Ketersediaan SDM pariwisata terampil: hotel, guiding, kuliner, seni, industri, dan sebagainya
Agen-agen informasi pariwisata	Kemudahan mendapatkan transportasi	Hotel, motel, guase house, rumah rakyat	Regulasi dan kebijakan publik di dalam negeri yang berdampak positif terhadap pariwisata
Komitmen pemerintah terhadap pariwisata	Map	Atraksi: hiburan dan rekreasi	Keterbukaan masyarakat terhadap wisatawan
	Fasilitas dan kebersihan bandara, pelabuhan dan terminal	Venue MICE	Tersedianya sumber-sumber informasi pariwisata
	Fasilitas di tempat-	Wisata air, air	Dukungan lembaga

	tempat perhentian jalan darat	terjun, air laut	adat dan tokoh masyarakat terhadap pariwisata
		Wisata Spa-Relaksasi	Pramuwisata
		Jasa perjalanan wisata lokal	Regulasi dan kebijakan politik internasional yang berdampak terhadap pariwisata
		Kulinari	
		Souvenir, oleh-oleh dan industri kreatif	
		Persewaan alat selam, pancing, sepeda, olahraga panjat tebing, mountain dan sebagainya.	

## 5. Dampak Positif (Manfaat) Pariwisata

Industri pariwisata harus terus dikembangkan dan potensi alam yang dapat dijadikan objek wisata terus ditata dan dilestarikan. Di objek wisata tersebut dibangun sarana dan prasarana, seperti jalan menuju lokasi, tempat penginapan, dan tempat penjualan cendera mata. Para pengunjung dikenakan kewajiban untuk membayar sejumlah biaya, seperti biaya karcis masuk, biaya kendaraan, dan biaya pemandu wisata. Dana yang dihimpun dari para pengunjung merupakan pendapatan daerah.

Sebuah industry tentu mempunyai manfaat yang dimilikinya, begitu juga dengan industry pariwisata ini baik untuk pemerintah daerah, pengelola, dan masyarakat yang

bertempat tinggal di sekitar daerah wisata. Industry tersebut dapat menunjang bisang ekonomi, budaya, politik dan pembangunan.

1. Manfaat wisata untuk bidang ekonomi
  - a. Mendatangkan devisa bagi negara yang diperoleh dari wisatawan mancanegara.
  - b. Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat, seperti petugas yang bekerja di objek wisata tersebut, adanya sekolah-sekolah kepariwisataan, serta biro-biro perjalanan.
  - c. Meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama bagi masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata, misalnya dengan menjual makanan dan minuman atau menjual cendera mata.
  - d. Meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), antara lain pendapatan yang berasal dari biaya karcis masuk, biaya parkir kendaraan, biaya pajak hotel, biaya pajak restoran.
2. Manfaat pariwisata untuk bidang budaya dan politik
  - a. Melestarikan nilai-nilai budaya bangsa.
  - b. Memupuk rasa persatuan dan kesatuan. Misalnya, wisatawan yang bepergian secara berkelompok berarti ada nilai-nilai persatuan dan kesatuan yang dikembangkan.
  - c. Menjalin persahabatan dengan negara-negara lain melalui wisatawan mancanegara yang dating.
  - d. Memperluas kreativitas masyarakat untuk terus membenahi objek wisata agar tetap dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung.
  - e. Terpeliharanya lingkungan hidup. Agar lingkungan alam tetap indah dapat dinikmati para pengunjung, maka harus dirawat dan dilestarikan.
3. Manfaat pariwisata untuk bidang pembangunan

Objek wisata di suatu daerah haruslah didukung oleh sarana dan prasarana yang mencukupi. Pembangunan sarana dan prasarana objek wisata berpengaruh pula pada pembangunan daerah sekitarnya. Selain itu pendapatan

dari sektor pariwisata dapat digunakan untuk pembangunan sektor lain<sup>12</sup>. Sesuai dengan instruksi presiden No.9 Tahun 1069 dikatakan bahwa tujuan pengembanaan pariwisata di Indonesia adalah<sup>13</sup> :

1. Meningkatkan pendapatan devisa negara pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, peluasan kesempatan kerja serta mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan/ persahabatan nasional dan internasional.

Dampak atau manfaat yang ditimbulkan oleh industry pariwisata ini dalam penelitian Agung Nurmansyah antara lain adalah<sup>14</sup> :

1. Meningkatkan pendapatan pemerintah dan masyarakat serta meningkatkan standard hidup masyarakat. Pariwisata termasuk dalam subsektor ekonomi kreatif, ekonomi kreatif menyumbang 7,5 sampai dengan 8 persen terhadap PDB nasional dan menumbuhkan lapangan kerja 1-2 persen pertahun. Ini merupakan sumbangan yang cukup besar terhadap PDB Indonesia. Pada akhirnya atau jangka panjangnya akan mampu meningkatkan pendapatan pemerintah dan standard hidup masyarakat.
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Industry pariwisata akan memajukan pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan ekonomi. Dimana pembangunan ekonomi ini merupakan upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas kehidupan umat manusia, mengubah suatu keadaan menjadi lebih baik

---

<sup>12</sup> Rachmat dkk, *Pendidikan Lingkungan dan Budaya Jakarta*. (Jakarta: Ganeca Exact, 2007), hal. 16-18.

<sup>13</sup> M Liga Suryadana, *Sosiologi Pariwisata* (Bandung: Humaniora, 2013), hal. 68-69.

<sup>14</sup> Agung Nurmansyah, Potensi Pariwisata dalam Perekonomian Indonesia dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. III, No. 1, Januari 2014, hal. 53-57

dari sebelumnya sehingga kesejahteraan dan kemakmuran semakin tinggi<sup>15</sup>.

3. Memperluas kesempatan kerja. Pengangguran merupakan musuh dalam hidup yang harus dihindari supaya terhindar dari kemiskinan. Dalam pariwisata akan membutuhkan sejumlah tenaga kerja untuk bidang-bidang pekerjaan yang terkait dengan pariwisata. Sebuah daerah yang menjadi tujuan wisata akan membutuhkan tenaga kerja untuk hotel, rumah makan, keamanan dan lain sebagainya. Dalam penggunaan tenaga kerja dalam pariwisata ini tentu yang paling mudah diperoleh adalah tenaga kerja lokal maupun penduduk dari luar daerah.
4. Meningkatkan investasi yang mendorong pembangunan. Dalam pembangunan pariwisata akan membutuhkan modal yang tidak sedikit, karenanya dalam mendapatkan modal yang lebih banyak maka sangat diperlukan para investor untuk pembangunan seperti fasilitas penginapan, pusat bisnis yang menawarkan berbagai macam kerajinan dan sebagainya.
5. Meningkatkan pendapatan pajak. Dengan kontribusi pajak akan meningkatkan anggaran APBN yang dapat digunakan membiayai berbagai pembangunan fisik seperti gedung sekolah, rumah sakit atau puskesmas, jalan raya dan jembatan sebagai suatu hal dalam menunjang pariwisata, keamanan dan pertahanan, dan lain sebagainya<sup>16</sup>.
6. Pengembangan infrastruktur fasilitas publik. Pariwisata tentu membutuhkan fasilitas publik bagi kenyamanan para wisatawan.
7. Meningkatkan kesempatan untuk belanja. Daerah tujuan wisata biasanya menyediakan lokasi belanja untuk memberi ruang dan kesempatan bagi wisatawan membeli cendera mata khas dari daerah yang mereka kunjungi.

## **6. Dampak Negatif Pariwisata**

---

<sup>15</sup> Isnaini Harahap dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 247.

<sup>16</sup> Liberti Pandiangan, *Modernisasi dan Reformasi Pelayanan Perpajakan* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2007), hal. 70-71.

## 1.) Kebocoran

Kebocoran atau *leakage* dalam pembangunan pariwisata dikategorikan menjadi dua jenis kebocoran, yaitu kebocoran **impor** dan kebocoran **ekspor**. Biasanya kebocoran impor terjadi ketika terjadinya permintaan terhadap peralatan-peralatan yang terstandar internasional yang digunakan dalam industry pariwisata, bahan makanan dan minuman impor yang tidak mampu disediakan oleh masyarakat lokal atau dalam negeri. Khususnya pada Negara-negara berkembang, makanan dan minuman yang berstandar internasional harus didatangkan dari luar negeri dengan alasan standard yang tidak terpenuhi, dan akibatnya produk lokal dan masyarakat lokal sebagai produsennya tidak biasa memasarkan produknya untuk kepentingan pariwisata tersebut.

Besarnya pendapatan dari sektor pariwisata juga diiringi oleh besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan impor terhadap produk yang dianggap berstandar internasional. Penelitian di beberapa destinasi pada Negara berkembang, membuktikan bahwa tingkat kebocoran terjadi antara 40% hingga 50% terhadap pendapatan kotor dari sektor pariwisata, sedangkan pada skala perekonomian yang lebih kecil, kebocoran terjadi antara 10% hingga 20%.

Sedangkan kebocoran **ekspor** seringkali terjadi pada pembangunan destinasi wisata khususnya pada Negara miskin atau berkembang yang cenderung memerlukan modal dan investasi yang besar untuk membangun infrastruktur dan fasilitas wisata lainnya. Kondisi seperti ini, akan mengundang masuknya penanam modal asing yang memiliki modal yang kuat untuk membangun **resort** atau hotel serta fasilitas dan infrastruktur pariwisata. Sebagai imbalannya, keuntungan usaha dan investasi mereka akan mendorong uang mereka kembali ke Negara mereka tanpa bisa dihalangi, hal inilah yang disebut dengan "*leakage*" kebocoran ekspor. Sinclair dan Sutcliff menjelaskan bahwa pengukuran manfaat ekonomi dari sektor pariwisata pada

tingkat subnasional harusnya menggunakan pemikiran dan data yang lebih kompleks untuk menghindari terjadinya *leakages* atau kebocoran.

## 2.) Kecolongan

Kecolongan atau "*enclave tourism*" sering diasosiasikan bahwa sebuah destinasi wisata dianggap hanya sebagai tempat persinggahan. Sebagai contoh, sebuah perjalanan wisata dari manajemen kapal pesiar di mana mereka hanya singgah pada sebuah destinasi tanpa melewati malam atau menginap di hotel-hotel yang telah disediakan industri lokal. Sebagai akibatnya, kedatangan wisatawan kapal pesiar tersebut dianggap sangat rendah manfaatnya atau bahkan tidak memberikan manfaat secara ekonomi bagi masyarakat di sebuah destinasi yang dikunjunginya.

Kenyataan lain yang menyebabkan "*enclave*" adalah kedatangan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata yang dikelola oleh biro perjalanan wisata asing dari "origin country". Sebagai contoh, mereka menggunakan maskapai penerbangan milik perusahaan mereka sendiri, kemudian mereka menginap di sebuah hotel yang dimiliki oleh manajemen *chain* dari negara mereka sendiri, berwisata dengan armada dari perusahaan *chain* milik pengusaha mereka sendiri, dan dipramusajikan oleh pramuwisata dari negeri sendiri. Sebagai akibatnya, masyarakat local tidak memperoleh manfaat ekonomi secara optimal.

## 3.) Biaya Infrastruktur

Tanpa disadari ternyata pembangunan sektor pariwisata yang berstandar internasional dapat menjadi beban biaya tersendiri bagi pemerintah dan akibatnya cenderung akan dibebankan pada sector pajak dalam artian untuk membangun infrastruktur tersebut, pendapatan sector pajak harus ditingkatkan, artinya pungutan pajak terhadap masyarakat harus dinaikkan.

Pembangunan pariwisata juga mengharuskan pemerintah untuk meningkatkan kualitas bandara, jalan raya, dan infrastruktur pendukungnya. Tentunya semua hal tersebut memerlukan biaya yang tidak sedikit dan sangat dimungkinkan pemerintah akan melakukan **realokasi** pada anggaran sector

lainnya, seperti misalnya pengurangan terhadap anggaran pendidikan dan kesehatan.

Kenyataan di atas menguatkan pendapat Harris yang mengkritisi bahwa analisis terhadap dampak pariwisata harusnya menyertakan faktor standard klasifikasi industry untuk tiap aktivitas pada industry pariwisata yang sering dilupakan pada analisis dampak pariwisata.

#### **4.) Inflasi**

Peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa dari wisatawan akan menyebabkan meningkatnya harga secara beruntun, “inflasi” yang pastinya akan berdampak negative bagi masyarakat local yang dalam kenyataannya tidak mengalami peningkatan pendapatan secara proporsional. Artinya, jikalau pendapatan masyarakat local meningkat namun tidak sebanding dengan peningkatan harga-harga akan menyebabkan daya beli masyarakat local menjadi rendah.

Pembangunan pariwisata juga berhubungan dengan meningkatnya harga sewa rumah, harga tanah, dan harga-harga property lainnya. Hal ini berkaitan langsung dengan daya beli masyarakat local yang rendah sehingga menyebabkan mereka tergusur ke daerah pinggiran yang harganya masih dapat dijangkau.

Sebagai konsekuensi logis, pembangunan pariwisata juga berdampak pada meningkatnya harga-harga barang konsumtif, biaya pendidikan, dan harga-harga kebutuhan pokok lainnya sehingga pemenuhan akan kebutuhan pokok justru akan menjadi sulit bagi penduduk lokal. Hal ini juga sering dilupakan dalam setiap pengukuran manfaat pariwisata terhadap perekonomian pada sebuah negara.

#### **5.) Ketergantungan Ekonomi**

Keanekaragaman industry dalam sebuah perekonomian menunjukkan seberapa sehatnya sebuah negara. Jika ada sebuah negara yang hanya menguntungkan perekonomiannya pada salah satu sektor tertentu seperti pariwisata misalnya, akan menjadikan sebuah negara menjadi tergantung pada sektor pariwisata sebagai akibatnya ketahanan ekonomi sangat berisiko tinggi.

Di beberapa negara khususnya negara berkembang yang memiliki sumber daya yang terbatas, memang sudah sepantasnya mengembangkan pariwisata yang dianggap tidak memerlukan sumber daya yang besar. Namun, pada negara yang memiliki sumber daya yang beraneka ragam khususnya dapat juga mengembangkan sektor lainnya secara proporsional.

Ketika sector pariwisata dianggap sebagai anak emas dan sector lainnya dianggap sebagai anak diri, maka menurut Archer dan Cooper, penelusuran tentang manfaat dan dampak pariwisata terhadap ekonomi harusnya menyertakan *variable social* yang tidak pernah dihitung oleh pakar lainnya. Ketergantungan pada sebuah sector, dan ketergantungan pada kedatangan orang asing dapat diasosiasikan hilangnya sebuah kemerdekaan sosial dan pada tingkat nasional, sangat dimungkinkan sebuah negara akan kehilangan kemandirian dan sangat tergantung pada sector pariwisata.

#### 6.) Kesenjangan Musiman

Dalam industri pariwisata, dikenal adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya musim ramai “**high seasen**” di mana kedatangan wisatawan akan mengalami puncaknya, tingkat hunian kamar akan mendekati tingkat hunian kamar maksimal dan kondisi ini akan berdampak meningkatnya pendapatan bisnis pariwisata. Sementara dikenal juga musim sepi “**low season**” dimana kondisi ini rata-rata tingkat hunian kamar akan tidak sesuai dengan harapan para pebisnis, sebagai dampaknya pendapatan industri pariwisata juga menurun, hal ini yang sering disebut “**problem seasonal**”. Sementara ada kenyataan lain yang dihadapi oleh para pekerja, khususnya para pekerja informal seperti sopir taksi, para pemijat tradisional, para pedagang acung, mereka semua sangat tergantung pada kedatangan wisatawan, pada kondisi *low season* sangat dimungkinkan mereka tidak memiliki lahan pekerjaan yang pasti.

#### 7. Strategi Pengembangan Pariwisata Indonesia

Strategi pengembangan pariwisata Indonesia tidak dilepaskan dari karakter asli Indonesia, tetapi dalam penyusunan strategi pengembangan harus tetap

memperhatikan karakter asli daerah. Karena karakter asli dari masing-masing daerah sangat potensial untuk menarik wisatawan<sup>17</sup>.

## **8. Hak, Kewajiban dan Wewenang Pemerintah dalam Mengelolah Pariwisata**

Dalam UU Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan dikatakan bahwa keadaan alam, flora dan fauna sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

### **a. Hak Pemerintah daerah**

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mengatur dan mengelolah urusan kepariwisataan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### **b. Kewajiban Pemerintah Daerah**

1. Menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan;
2. Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi dan memberikan kepastian hukum;
3. Memelihara, mengembangkan, dan melestarikan asset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan asset potensial yang belum tergali; dan
4. Mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negative bagi masyarakat luas.

### **c. Wewenang Pemerintah Kabupaten/Kota**

1. Menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota.
2. Menetapkan destinasi pariwisata kabupaten/kota.
3. Menetapkan daya tarik wisata kabupaten/kota.

---

<sup>17</sup> Danang Parikesit dan Wiwied Trisnadi, Kebijakan Kepariwisataan Indonesia dalam Pembangunan Jangka Panjang, *Jurnal Kelola* Vol. 6 No. 16,1997, hal. 10.

4. Melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata;
5. Mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di wilayahnya;
6. Memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya;
7. Memfasilitasi pengembangan daya tarik wisata baru;
8. Menyenggarakan pelatihan dan penelitian kepariwisataan dalam lingkup kabupaten/kota;
9. Memelihara dan melestarikan daya tarik wisata yang berada di wilayahnya;
10. Menyenggarakan bimbingan masyarakat sadar wisata; dan
11. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan<sup>18</sup>.

## B. Etika Bisnis

### 1. Pengertian Bisnis dan Etika

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumberdaya ekonomi secara efektif dan efisien<sup>19</sup>. Salah satu contoh bisnis adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Secara teoritis, pengertian etika dapat dibedakan, yaitu : *Pertama*, etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “**adat istiadat**” atau “**kebiasaan**”. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.

Yang menarik di sini, dalam pengertian ini etika justru persis sama dengan pengertian moralitas. Moralitas berasal dari kata Latin *mos*, yang dalam bentuk

<sup>18</sup> [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id), di akses pada tanggal 25 Februari 2020.

<sup>19</sup> Akhmad Nur Zaroni, Bisnis dalam Perspektif Islam, *Mazahib* : Vol. IV, No. 2, Desember 2007, hal. 176.

jamaknya (*mores*) berarti “**adat istiadat**” atau “**kebiasaan**”. Jadi, dalam pengertian pertama ini, yaitu pengertian harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.

Dalam hal ini agama dan kebudayaan lalu dianggap sebagai sumber utama nilai moral dan aturan atau norma moral dan etika. Alasannya sederhananya, karena moralitas dan etika menyentuh kehidupan manusia sebagai manusia terlepas dari agama dan budaya yang dianutnya. Dengan demikian etika dan moralitas memberi petunjuk konkret tentang bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia begitu saja, kendati petunjuk konkret itu bisa disalurkan melalui dan bersumber dari agama atau kebudayaan tertentu.

*Kedua*, etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Etika dalam pengertian kedua ini dimengerti sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas. Etika dalam pengertian ini lebih normative dan arena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia<sup>20</sup>.

Etika (*ethics*) tidak hanya merujuk kepada sebuah disiplin akademis, namun juga wilayah kehidupan manusia yang dipelajari oleh disiplin akademis ini, yakni, bagaimana seharusnya manusia menjalani kehidupan mereka dengan baik<sup>21</sup>.

Jika ditelusuri secara historis, *etika* adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran pertimbangan pemikirannya. Persoalan etika adalah persoalan yang berhubungan dengan eksistensi manusia, dalam segala aspeknya, baik individu maupun masyarakat, baik dalam hubungan dengan Tuhan, dengan sesama manusia dan dirinya, maupun dengan alam disekitarnya, baik dalam

---

<sup>20</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998), hal. 14.

<sup>21</sup> Laura P. Hartman dan Joe Desjardins, *Etika Bisnis*, (Jakarta : Erlangga, 2008), hal. 7.



<sup>24</sup> Ade Wahidin, Prinsip Saling Rela dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analisis Surat An-Nisa'[4] Ayat 9), *Ad Deenar : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.2, Nomor 02, hal. 115.

	<i>Al-Qur'an</i>	Mujahid makna ' <i>an-taradhin</i> yaitu dalam hal berbisnis dan seseorang memberikan hadiah kepada orang lain. Menurut Maimun ibn Mirhan makna ' <i>an-taradhin</i> yaitu sebagaimana sabda Rasulullah, "Jual beli itu harus suka rela dari kedua belah pihak, menentukan pilihan itu setelah tawar menawar, dan tidak halal bagi seorang muslim mencurangi muslim yang lain.
2	Ibn Katsir, dalam kitabnya : <i>Tafsir Al-Qur'an Al-Azim</i>	Menurut Ibn Katsir pendapat mujtahid dari kalangan Syafiiyah adalah pendapat yang kuat tentang hakikat saling rela. Yaitu dengan memperincinya (1) Jika komoditas tersebut termasuk yang tidak begitu berharga, maka saling rela bisa ditunjukkan dengan perbuatan atau perilaku yang bergulir di adat kebiasaan masyarakat setempat, (2) Jika komoditas tersebut sangat berharga, maka tidak terwujud saling rela kecuali dengan Ijab Kabul perkataan.
3	Al-Mawardi, dalam kitabnya : <i>Tafsir Al-Mawardi : Al-Nukat wa Al-Uyun</i>	Saling rela menurut Al-Mawardi bisa kesepakatan secara langsung bisa juga memberikan pilihan setelah kesepakatan dan sebelum berpisah.
4	Al-Syaukani, dalam kitabnya : <i>Fath Al-Qadir</i>	Perdagangan dalam bahasa maknanya saling tukar menukar. Dalam ayat



مِثْلِ



*Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya,” (Q.S 61:11)*

f. Al-Qur'an, surat al-Jumu'ah (62), ayat 11. Allah berfirman:

أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ لَمَّا رَأَوْا كُنُوزَهُمْ هَمَّتْ لِيُتْرَكُوا يَسْأَلُوا أَيَّ نَاحِيَةِ رَبِّهِمْ لَمْ يَأْتُوا بِالْحُجُجِ بَلْ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا فِئْتًا

*Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhutbah). Katakanlah: “ dan Allah sebaik-baik Pemberi Rezeki.”*

### 3. Tiga Aspek Pokok dari Bisnis

Dalam dinamika pembangunan ekonomi daerah, salah satu aspek yang perlu diperhitungkan adalah kemampuan untuk memanfaatkan atau menggunakan sumberdaya baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya alam, seefektif dan seefisien mungkin. Kemampuan dalam mengalokasikan dan memanfaatkan sumberdaya tersebut akan sangat ditentukan oleh kapasitas dan ketersediaan sumberdaya dimaksud dengan kata lain, persediaan (dalam aspek kuantitatif) dan mutu sumberdaya (dalam aspek kualitatif) dan dimendi penggunaannya harus dirumuskan dalam suatu kerangka kebijakan pembangunan ekonomi daerah yang bermutu, adil, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan<sup>25</sup>.

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis. Antara lain ada factor organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural. Kompleksitas bisnis itu berkaitan langsung dengan kompleksitas masyarakat modern sekarang. Sebab, bisnis sebagai kegiatan social bisa disoroti sekurang-kurangnya dari tiga sudut pandang yang berbeda tetapi tidak selalu mungkin dipisahkan ini<sup>26</sup>:

#### a.) Sudut Pandang Eknomis

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh untung. Tatapi perlu segera ditambahkan, pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi. Bisnis berlangsung sebagai

<sup>25</sup> Junaidi dan Zulgani, Peranan Sumberdaya ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Daerah, *Jurnal Pembangunan Daerah* Edisi III, Tahun 2011, hal. 28.

<sup>26</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta : Kanisius, 2013), hal. 9.

komunikasi social yang menguntungkan untuk kedua yang melibatkan diri. Bila seorang teman minta kerelaan saya untuk menukar uang kertas besar dengan uang kecil atau uang dollar Amerika dengan uang rupiah Indonesia, kami berdua tidak terlibat dalam perbuatan bisnis, walaupun di pandang sepintas lalu kami mengadakan “transaksi” yang mempergunakan uang. Saya hanya menukar uang itu untuk membantu teman. Dari situ teman saya memang mendapat manfaat (ia membutuhkan uang kecil); saya tidak berkepentingan sedikitpun. Selain itu, kami berdua terlibat dalam suatu kegiatan yang terorganisasi atau terstruktur. Akan tetapi, jika saya membuka perusahaan “Money Changer” untuk pelayan umum, saya terjun dalam bisnis. Walaupun saya memang “melayani” banyak orang dengan menawarkan jasa yang berguna untuk masyarakat, saya melakukannya *to make money*, untuk menari uang.

Teori ekonomi menjelaskan bagaimana dalam sistem ekonomi pasar bebas para pengusaha dengan memanfaatkan sumberdaya yang langka (tenaga kerja, bahan mentah, informasi/pengetahuan, modal) menghasilkan barang dan jasa yang berguna untuk masyarakat. Para produsen akan berusaha untuk meningkatkan penjualan demikian rupa, sehingga hasil bersih akan mengimbangi atau malah melebihi biaya produksi. Keseimbangan itu penting supaya perusahaan tidak merugi. Tetapi keseimbangan saja tidak cukup. Para perusahaan mengharapkan laba yang bisa dipakai untuk ekspansi perusahaan atau tujuan lain. Jika kompetisi pada pasar bebas berfungsi dengan semestinya, akan menyusul efisiensi ekonomis, artinya hasil maksimal akan dicapai dengan pengeluaran minimal. Hal itu akan tampak dalam harga produk atau jasa yang paling menarik untuk public. Efisiensi merupakan kata kunci dalam ekonomi modern. Untuk mencapai tujuan itu para ekonom telah mengembangkan berbagai teknik. Dipandang dari sudut ekonomis, *good business* atau bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak untung.

#### **b.) Sudut Pandang Moral**

Mengejar keuntungan merupakan hal yang wajar, asalkan tidak tercapai dengan merugikan pihak lain. Jadi, ada batasnya juga dalam mewujudkan

tujuan perusahaan. Di samping aspek ekonomi dari bisnis, di sini tampak aspek lain : aspek moral. Selalu ada kendala etis bagi perilaku kita, termasuk juga perilaku ekonomis. Tidak semuanya yang *bisa* kita lakukan untuk mengejar tujuan kita (di bidang bisnis: mencari keuntungan) *boleh* kita lakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan lagi bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan. Sebaliknya, menghormati kepentingan dan hak orang lain harus dilakukan juga demi kepentingan bisnis itu sendiri. Bila pada suatu hari terjadi kecelakaan bedar dalam industry kimia, perusahaan bersangkutan itu sendiri bisa mengalami kerugian besar. Bukan saja kerugian pada gedung dan peralatan, tetapi juga kerugian karena uang yang harus dikeluarkan untuk membayar ganti rugi kepada korban dan pihak yang dirugikan. Dan yang dialaminya bukan saja kerugian materil, tetapi nama baiknya jatuh juga karena ternyata lalai dalam memperhatikan keselamatan para pekerja dan kebersihan lingkungan. Akibat kecelakaan bisa begitu besar, sehingga perusahaan itu tidak bertahan hidup lagi. Perilaku etis di sini penting juga demi kelangsungan hidup bisnis itu sendiri dan demi ketahanan posisi finansialnya. Bisnis yang etis tidak membawa kerugian bisnis itu sendiri, terutama kalau dilihat dalam perspektif jangka panjang.

### **c.) Sudut pandang hukum**

Bisnis terikat juga oleh hukum, “hukum dagang” atau “hukum bisnis”. Hukum merupakan sudut pandang normative, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Hukum dalah lebih jelas dan lebih pasti, karena peraturan hukum dituliskan hitam diatas putih dan ada sanksi tertentu, bila terjadi pelanggaran.

Terdapat kaitan erat antara hukum dan etika. Dalam kekaisran Roma sudah dikenal pepatah: *Quid leges sine moribus?*, “apa artinya undang-undang, kalau tidak disertai moralitas?” Etika harus selalu menjiwai hukum. Baik dalam proses terbentuknya undang-undang maupun dalam pelaksanaan peraturan hukum, etika atau moralitas memegang peranan penting.

### C. Kajian Terdahulu

**Tabel 2.3 Kajian Terdahulu**

Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Armin Subhani	Potensi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2010	1.Mengkaji berapa besar potensi obyek wisata pantai di Kabupaten Lombok Timur. 2.Membuat strategi pengembangan obyek wisata pantai di Kabupaten Lombok Timur.	Kualitatif deskriptif	Potensi obyek wisata pantai Lombok Timur sebagian besar memiliki potensi sedang untuk dikembangkan. Penilaian terhadap 13 obyek, diantaranya : 2 obyek berpotensi tinggi, 8 obyek berpotensi sedang dan selebihnya berpotensi rendah. Berdasarkan analisis SWOt, strategi yang dipilih adalah: Pembangunan Sarana dan Prasarana, Penyuluhan dan pelibahan masyarakat, penuntasan kasus-kasus lahan sengketa.

P.Ristiyana dan M.Muktiali	Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Tanon Kecamatan Getasan terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal dan Guna Lahan	Untuk menganalisis pengaruh keberadaan Desa Wisata Tanon terhadap perekonomian dan guna lahan.	Analisis deskriptif dan Analisis Citra	Keberadaan Desa Wisata Tanon menawarkan atraksi wisata yang berbeda dengan wisata lain dan membawa pengaruh terhadap perekonomian masyarakat lokal dan guna lahan di Dusun Tanon.
Bagus Prasetyo dan Sri Suryoko	Dampak pengembangan pariwisata terhadap perkembangan umkm pada kawasan wisata dieng	Menganalisis keterkaitan antara lokasi dengan tingkat pendapatan UMKM.	Kualitatif Deskriptif	Pengembangan pariwisata yang berhasil mengakibatkan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Dieng., hal ini memberi dampak positif bagi UMKM di kawasan Wisata Dieng. UMKM mengalami peningkatan pendapatan pada setiap proses fase pengembangan wisata Dieng.

<p>Hari Susanta Nugraha, Rabith Jihan Amaruli dan Darwanto</p>	<p>Potensi UMKM berbasis Ekonomi Kreatif dan pariwisata sebagai Sektor Unggulan Daerah</p>	<p>Meenganalisis keterkaitan antara UMKM berbasis Ekonomi Kreatif dengan Pariwisata Daerah.</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>UMKM kreatif dan kearifan lokal wisata yang diangkat dari budaya dan religi dapat dijadikan sebagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sekaligus membantu upaya proteksi terhadap budaya lokal yang membutuhkan peran aktif Pemerintah setempat dan masyarakat lokal.</p>
<p>Haidar Tsany Alim, Andi Okta Riansyah, Karimatul Hidayah, Ikhwanul Muslim, Adityawarman</p>	<p>Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta</p>	<p>Untuk menganalisis tentang makna pariwisata syariah bagi pelaku wisata, potensi pariwisata syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah, peran industry kreatif dalam pariwisata syariah</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Dalam pengembangan pariwisata syariah, industry kreatif dapat memberikan ide kreatif pelaksanaan perencanaan, publikasi, program, dan destinasi wisata yang ada sehingga menambah nilai</p>

		dan rekonstruksi pariwisata syariah.		jual pariwisata syariah. Pemerintah dan lembaga wisata syariah terkait dapat mengembangkan pariwisata syariah dengan membuat penerapan pedoman pariwisata syariah.
Suyatmin Waskito Adi dan Edy Purwo Saputro	Potensi Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya	Menganalisis pengaruh atribut lingkungan sebagai daya tarik wisata sejarah budaya di kawasan Kota Lama Semarang	Kualitatif Deskriptif	Daya tarik wisata sejarah budaya di kawasan Kota Lama Semarang dipengaruhi oleh banyak faktor. Kesuksesan pengembangan kepariwisataan harus melibatkan semua komponen, termasuk juga pihak swasta dan sektor informal.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kualitatif serta data yang mendukung seperti literatur, dsb. Menurut Husaini Usman, penelitian deskriptif-kualitatif adalah suatu penelitian yang menguraikan kata-kata para informan dengan apa adanya sesuai pertantaaan penelitian<sup>1</sup>. Sedangkan menurut Bungin, deskriptif-kualitatif artinya mencatat dengan baik berbagai fenomena yang terjadi yang diperoleh melalui wawancara atau catatan lapangan, foto, dokumentasi pribadi, catatan serta memo dan lain-lain yang kemudian harus dibandingkan, dikombinasikan dan ditarik kesimpulan<sup>2</sup>.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan cara langsung terjun ke objek penelitian pada usaha-usaha disekitar Istana Maimun, Jalan Sultan Ma'moen Al Rasyid No. 66, A U R, Kec. Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20151.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan dalam waktu yang terhitung dari bulan 03 Januari hingga 13 Juli 2020.

#### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan benda atau seseorang tempat melekatnya suatu variable penelitian<sup>3</sup>. Subjek sebagai informan hendaknya memiliki kriteria dibawah ini :

- a. Seseorang yang melalui proses memahami terkait variable penelitian.
- b. Seseoraang yang masih terlibat pada kegiatan terkait penelitian yang dilakukan.

---

<sup>1</sup> Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1997) hal. 41.

<sup>2</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1995) hal. 56.

<sup>3</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000) hal. 116.

- c. Seseorang yang memiliki waktu untuk memberikan informasi<sup>4</sup>.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah pihak dari pedagang yang berada di Tamana Wisata Istana Maimun yang dapat memberikan informasi terkait variable penelitian seperti UMK.

#### D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrument juga harus divalidasi seberaoa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap penelitian sebagai instrument meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya<sup>5</sup>.

Dalam penelitian kualitatif segala sesuatu yang akan dicari dari objek penelitian belum jelas dan pasti masalahnya, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas. Rancangan penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki objek penelitian. Selain itu dalam memandang realitas, peneliti kualitatif berasumsi bahwa realitas itu bersifat *holistic* (menyeluruh), dinamis, tidak dapat dipisahkan ke dalam variable-variabel penelitian. Kalaupun dapat dipisahkan, variabelnya akan sangat banyak<sup>6</sup>.

Selanjutnya, teknik pengumpulan bahan yang digunakan adalah :

##### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung<sup>7</sup>. Dalam wawancara ini, peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hal. 293.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hal. 222.

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal 223.

<sup>7</sup> Muri yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017) hal. 372.

apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.

## 2. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Melalui observasi ini peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dengan menggunakan teknik observasi ini dapat mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal<sup>8</sup>.

## 3. Dokumen

Dokumen merupakan teknik pengumpulan data penelitian mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, Koran, majalah, prasasti, notulensi rapat dan lain-lain<sup>9</sup>. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan, dan bisa juga berbentuk gambar dan karya, yang misalnya karya seni.

## E. Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain<sup>10</sup>.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan. Nasution menyatakan analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hal. 384.

<sup>9</sup> Johni Dimiyati, *Metode Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013) hal.

100.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hal. 244.

lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian<sup>11</sup>. Tahap yang dilakukan dalam analisis data yaitu :

1. *Editing*

Tahap pertama dilakukan meneliti kembali data-data yang telah diperoleh terutama dari kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan sekelompok data yang lain dengan tujuan untuk memastikan data tersebut sudah mencukupi atau belum.

2. *Reduction*

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sangat banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu dilakukan analisis data dengan cara melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

3. *Verifying*

Verifikasi data adalah pembuktian kebenaran data untuk menjamin validasi data yang telah dikumpul. Verifikasi ini dilakukan dengan cara menemui sumber data (informan) dan memberikan hasil wawancara dengannya untuk ditanggapi apakah data tersebut sesuai dengan yang diinformasikan atau tidak.

4. *Analysing*

Proses ini proses menyederhanakan kata ke dalam bentuk kata yang lebih mudah dibaca dan dimengerti. Dengan cara memaparkan data yang telah diklasifikasikan kemudian mengaitkan sumber data yang ada sambil dianalisis sesuai dengan item-item yang dikaji dalam penelitian ini.

5. *Conclusion*

Pengambilankesimpulan dari kata-kata yang diperoleh setelah dianalisis untuk memperoleh jawaban. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal.245.

deskriptif atau gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

Setelah data mengenai peluang ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun terkumpul maka kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan metode kualitatif. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keadaan dan kondisi kelembagaan setempat mempengaruhi eksistensi yang ada dalam data yang didapatkan tersebut. Selanjutnya data yang terhimpun tersebut dianalisis berdasarkan metode pengembangan dengan pendekatan analisis 4A meliputi *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities* dan *Ancillary*.

## BAB IV

### TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Istana Maimun

Istana Maimun merupakan peninggalan Kerajaan Deli. Didirikan oleh Sultan Maimun Al-Rasyid Perkasa Almansaya yang merupakan keturunan raja ke-9 Kesultanan Deli. Istana Maimun dibangun dua tahun sebelum pusat pemerintahan kerajaan Deli dipindahkan ke kota Medan. Diperkirakan pembangunan istana dimulai pada tahun 1888. Pembangunan istana ini memakan waktu hampir 3 tahun lamanya dan mulai ditempati pada tahun 1891. Istana ini memiliki luas 2,772 meter persegi dan terdiri dari 30 kamar, balairung, dan dapur. Didesain oleh seorang arsitek Belanda dan nuansa negara-negara Eropa dalam gaya arsitekturalnya. Desain Istana Maimun juga menggambarkan kebudayaan Melayu dan pengaruh India. Istana Maimun didominasi dengan warna kuning yang merupakan warna kebesaran bangsa Melayu<sup>1</sup>, sekaligus warna kebesaran Kerajaan Deli di Sumatera Utara. Sedangkan pengaruh Eropa terlihat dari ornament lampu, kursi, meja, lemari, sampai pintu dorong. Serta bentuk pintu dan jendelanya lebar-lebar seperti bangunan-bangunan di Eropa. Pengaruh Islam bisa dilihat dari bentuk lengkung (*arcade*) di bagian atap yang bentuknya menyerupai perahu terbalik (lengkung Persia) yang biasanya dijumpai pada bangunan-bangunan di kawasan Timur Tengah. Sampai saat ini, Istana Maimun menjadi tujuan wisata bukan hanya karena usianya yang tua, namun juga desain interiornya yang unik, memadukan unsur-unsur warisan kebudayaan Melayu, dengan gaya Islam, Spanyol, India, dan Italia.

Terkait lingkungannya, Istana Maimun terdiri atas lahan yang berukuran kurang lebih 4,5 hektar. Istana dibangun menghadap ke arah timur dan timur laut. Pada sisi Timur istana terdapat halaman yang sangat luas. Sementara itu, pada sisi Utara istana terdapat taman yang berfungsi sebagai elemen untuk memperindah kawasan istana. Pada sisi Barat istana, terdapat pemukiman warga yang merupakan tempat tinggal para kerabat kerajaan. Pada sisi Tenggara berjarak sekitar 10 meter dari bangunan istana, terdapat bangunan bergaya Arsitektur Karo tempat dipajangnya meriam patung. Menurut mitosnya, meriam punting tersebut adalah jelmaan dari adik Putri Hijau, Mambang Khayali untuk mempertahankan Istana dari serangan musuh. Tapi karena ditembakkan terus-menerus, meriam ini menjadi panas, meledak, kemudian terputus menjadi dua. Salah satu ujungnya terpental ke Kampung Sukanalu, Kecamatan Barus Jahe, Kabupaten Tanah Karo. Sekitar 200 meter kedepan dari lokasi Istana terdapat Mesjid Al-Mashun atau lebih dikenal Mesjid Raya Medan.

---

<sup>1</sup> Pipin Kurniawati, Perpaduan antara Tradisi Islam dan Kebudayaan Eropa pada Arsitektur Istana Maimun, *Prosiding Seminar Heritage IPLBI* ISBN 978-602-17090-5-4, 2017, 469.

Dan, sebelah Mesjid Raya terdapat Taman Sri Deli Medan. Pada saat bulan Ramadhan, tempat ini menjadi tempat wisata kuliner untuk berbuka puasa “Ramadhan Fair” dengan nuansa Islami.

Jika kita melihat ke dalam Istana ada perpaduan budaya Belanda yang terlihat dari perabotan Istana seperti kursi, meja, toilet, lemari dan pintu. Pengaruh budaya Belanda juga terlihat di marmer prasasti di depan tangga yang ditulis dengan bahasa Belanda. Bangunan istana Maimun terdiri dari tiga bagian utama, yaitu bangunan induk, bangunan sayap kiri dan bangunan sayap kanan. Masing-masing bagian terdiri dari 2 lantai. Bagian sayap kanan tidak dibuka untuk wisatawan karena dihuni oleh ahli waris keturunan sultan. Pada saat kerajaan Deli masih memiliki kekuatan politik, lantai 1 bangunan merupakan area yang seluruhnya digunakan sebagai area administrasi dan area kerja pegawai kerajaan. Lantai dua bangunan induk digunakan sebagai balairung besar yang berfungsi sebagai singgasana, sedangkan bagian belakangnya digunakan sebagai dapur. Bangunan sayap kanan lantai dua digunakan sebagai ruang rehat dan kamar bagi keluarga dan kerabat kerajaan berjenis kelamin wanita, sedangkan sayap kiri digunakan untuk yang berjenis kelamin laki-laki. Istana juga memiliki beranda besar yang mengelilingi lantai satu atau dua istana yang berfungsi sebagai tempat bersantai bagi kerabat dan tamu kerajaan pada saat itu.

Untuk masuk ke dalam Istana, wisatawan akan dikenakan biaya sebesar Rp 10.000 per Mei tahun 2019. Di dalam Istana Maimun wisatawan dapat menyewa baju adat Melayu dan berfoto layaknya bangsawan Melayu pada zaman dahulu. Harga sewa baju adat berkisar antara Rp 30.000, namun belum termasuk aksesorisnya. Pada saat hari libur, Istana Maimun menjadi tempat wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara, termasuk dari Malaysia. Istana Maimun menjadi tujuan wisata dikarenakan dapat menambah wawasan bagi wisatawan, dimana Istana ini memiliki nilai historis yang sangat tinggi dan penting bagi sejarah perkembangan budaya Melayu di Kota Medan. Lokasi istana Maimun terletak di jalan Bridgen Katamso, kelurahan Sukaraja, Kecamatan Medan Maimun, Medan, Sumatera Utara. Saat ini Istana Maimun di kelola oleh Yayasan sultan Ma'moen Al Rasyid, masih digunakan oleh Usltan Deli dan keluarga sebagai tempat penyelenggaraan upacara adat dan kegiatan lainnya. Kesultanan Deli masih tetap eksis kendati tidak memiliki kewenangan politik karena telah menjadi bagian dari negara Kesatuan Republik Indonesia. Putra Mahkota Kerajaan Deli sekarang ini Sultan Mahmud Lamantjiji Perkasa Alam, putra mahkota tinggal di luar pulau Sumatera dikarenakan sedang melaksanakan pendidikan di salah satu Universitas ternama.

Sultan Deli XIV bernama Mahmud Lamantjiji Perkasa Alam yang lahir di Makassar pada 30 Agustus 1998 dari pasangan Diraja Almarhum Seripaduka Tuanku Otteman Mahmud Perkasa Alam dan Hajjah Siska Marabintang. Mahmud Lamantjiji diangkat menjadi Sultan pada usia yang sangat muda yakni 7 tahun, menggantikan

Ayahanda yang mangkat pada peristiwa 21 Juli 2005 dalam peristiwa jatuhnya Pesawat Militer CN 235 di Lhoksumawe.

Sultan Deli ke-13 almarhum Otteman Mahmud Perkasa Alam adalah seorang wira negara yang turut bertugas selaku Letnan Kolonel dalam Operasi Militer Indonesia di Aceh ketika itu. Oleh karena usia yang sangat muda itu dan belum baligh secara Adat dan Agama maka tugas-tugas kerajaan dilaksanakan oleh Pemangku Sultan Deli, Raja Muda Deli, Tengku Hamdy Osman Delikhan Al Haj yang masih berpangkat Atok dengan Sultan Deli ke-14.

Saat ini Mahmud Lamantjiji sudah berusia 21 tahun dan sedang menempuh pendidikan S1 di Universitas Diponegoro, Semarang. Walaupun Mahmud Lamantjiji tidak berada di Medan, beliau turut mengikuti perkembangan dan isu-isu terkini tentang Kota Medan baik melalui media atau berhubungan langsung dengan Bapak Walikota Medan.

**Tabel 4.1<sup>2</sup>**  
**Daftar Nama Sultan-Sultan Deli**

No	Nama Gelar	Masa Kekuasaan (tahun)
1.	Tuanku Panglima Gocah Pahlawan	1632-1669
2.	Tuanku Panglima Parunggit	1669-1698
3.	Tuanku Panglima Padrap	1698-1726
4.	Tuanku Panglima Pasutan	1728-1761
5.	Tuanku Panglima Gandar Wahid	1761-1805
6.	Sultan Amaluddin Magendar Alam	1805-1850
7.	Sultan Osman Perkasa Alam	1850-1858
8.	Sultan Mahmud Al Rasyd Perkasa Alamsyah	1858-1873
9.	Sultan Ma'moen Al Rasyd Perkasa Alamsyah	1873-1924
10.	Sultan Amaluddin Al Sani Perkasa Alamsyah	1924-1945
11.	Sultan Osman Sani Perkasa Alam	1945-1967
12.	Sultan Azmy Perkasa Alam Alhaj	1967-1998
13.	Sultan Otteman Mahmud Perkasa Alam	1998-2005
14.	Sultan Mahmud Lamantjiji Perkasa Alam	2005-sekarang

(sumber hasil riset pada tanggal 15 Februari 2020)

Sultan Deli adalah penguasa Kesultanan Deli di Sumatera Utara, Indonesia. Sultan Deli di panggil dengan gelar Sri Paduka Tuanku Sultan, jika mangkat, sang sultan akan digantikan oleh putranya.

<sup>2</sup> Monumen Istana Maimun, 06 Juli 2020.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun

Salah satu bentuk kegiatan ekonomi masyarakat yaitu berbisnis. Bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dengan cara mengelola sumberdaya ekonomi secara efisien dan efektif<sup>3</sup>. Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR No.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan<sup>4</sup>.

Disekitar Istana Maimun terdapat beberapa UMKM yang berdiri 6 jenis utama, diantaranya :

- a. Kerajinan & Souvenir
- b. Mainan
- c. Makanan ( warung makanan, jajanan ringan & keliling)
- d. Minuman
- e. Pakaian

Dari keseluruhan usaha yang berdiri, sudah berumur sekitar kurang lebih 5 tahun. Namun belum ada progres yang terlalu meningkat pada pendapatan pedagang. Beberapa pendapat mengatakan bahwa dikarenakan oleh kurang teraturnya spesifikasi jenis dan pendataan secara menyeluruh bagi UMKM yang berada disana.

Jenis dagangan yang memiliki peminat dan pendapatan lebih besar secara menyeluruh adalah dibidang makanan dan minuman. *“Apalagi ketika cuaca panas atau dingin. Kapanpun dan dimanapun, yang lebih dicari adalah kebutuhan 12 jari ini, perut maksudnya. Jadi peluang lebih besar adalah dibidang makanan dan minuman, namun yang berjualan disini juga banyak untuk jenis tersebut”* kata salah seorang pedagang warung makanan<sup>5</sup>. Warung makanan lebih banyak mnejual makanan berat seperti nasi dan mie, namun ada juga makanan ringan yang dijajakan secara keliling. Sedangkan pedagang minuman, menjual minuman yang menyegarkan dan menyejukkan. Terlebih, Medan lebih cenderung memiliki cuaca panas.

Untuk pakaian, memiliki pemasukannya sendiri, terlebih lagi ketika wisatawan hendak memerankan seakan-akan menjadi permaisuri di Kerajaan Istana Maimun. Dengan menyewa bajunya, mereka dapat berfoto sepanjang hari. Aksesoris dan

---

<sup>3</sup> Akhmad Nur Zaroni, Bisnis dalam Perspektif Islam, *Mazahib* : Vol. IV, No. 2, Desember 2007, hal. 176.

<sup>4</sup> Yuli Rahmini Suci, Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol.6, No.1, Januari 2017, hal. 54.

<sup>5</sup> Pedagang Minuman di Taman Wisata Istana Maimun, *wawancara* di warungnya, tanggal 19 Maret 2020.

kerajinan tangan yang tersedia, sangat memanjakan mata. Mulai dari yang mungil hingga yang bisa menjadi pajangan dirumah, khas Melayu.

Pendapatan pedagang di Taman Wisata Istana Maimun bervariasi, dikarenakan selera pembeli dan inovatif/kreatifitas apa yang diujarkan oleh pedagang. Yang peneliti lihat adalah, pedagang di Taman Wisata Istana Maimun tidak terlalu mempertimbangkan perihal kreatifitas atau *differensiasi* produk. Sehingga, ini yang menyebabkan pembeli hanya capcicip dalam memilih (memilih secara acak karena menganggap semuanya sama saja).

Terdapat 35 pedagang di Taman Wisata Istana Maimun yang diantaranya yaitu berjenis dagang : Makanan, Minuman, Kerajinan dan Aksesoris, Mainan hingga Pakaian. Terdapat pula pedagang songan atau keliling diantara ke-35 tersebut. Namun, terdapat beberapa pintu ruko yang tertutup dan tidak berpenghuni. Sayang sekali tidak dimanfaatkan dalam wujud pemerataan Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun.

Etika Bisnis dalam Islam, yaitu<sup>6</sup> :

1. Tauhid (Ketuhanan)

Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal, berikut :

- a. Tidak disriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.
- b. Allah yang paling ditakuti dan dicintai.
- c. Tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.

2. Keseimbangan (Keadilan)

Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa pembelajaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri. Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar.

3. Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal, yaitu :

- a. Dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara social dapat diterima oleh masyarakat.

---

<sup>6</sup> Akmad Nur Zaroni, Op.cit., hal. 179-182.

- b. Economic return bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga).
- c. Islam melarang seua transaksi alegotoris yang dicontohkan dengan istilah gharar.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menarik kesimpulan mengenai strategi yang dibutuhkan pedagang agar dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun adalah dengan :

1. Meningkatkan promosi baik Istana Maimun dan juga produk yang dijual.
2. Adanya pemerataan fasilitas dari pihak Istana Maimun agar semakin bersinergi dengan pedagang di Taman Wisata Istana Maimun.
3. Memberikan karakter atau ciri khas pada produk yang dijual sehingga pembeli dapat tertarik dan membeli dikarenakan pertimbangan yang matang, bukan asal-asal.
4. Memberikan sentuhan khas Melayu pada produk ataupun menjual makanan yang mengangkat tema kebudayaan Melayu.
5. Bangga dan mencintai produk domestik dengan cara menghargai dan membeli hasil karya anak bangsa.
6. Mendengarkan masukan dan saran dari pembeli terhadap pedagang, sehingga membantu untuk meningkatkan kreatifitas dan keekaragaman produk yang dijual.

## 2. Potensi Pariwisata Bersejarah (Istana Maimun)

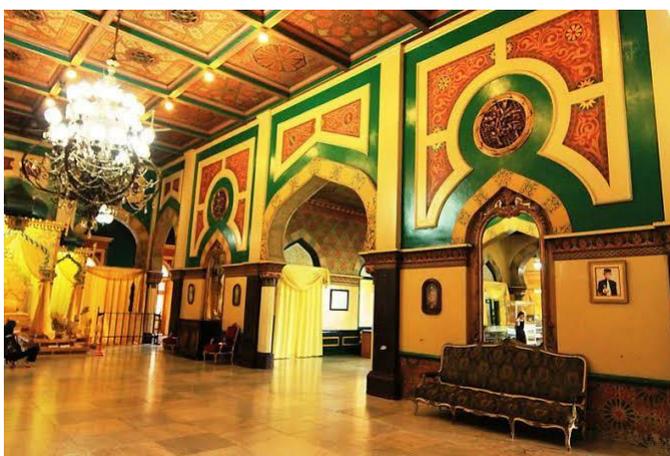
Untuk mengetahui potensi yang dimiliki pariwisata bersejarah (Istana Maimun) maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengembangan daya tarik wisat dengan pendekatan 4A yaitu *attraction* (Atraksi), *Amenity* (Fasilitas), *Accessibility* (Aksesibilitas), dan *Ancilliary* (Pelayanan tambahan). Pendekatan ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana wisata Istana Maimun memiliki daya tarik wisatawan untuk berkunjung, sarana dan prasarana yang dimiliki, alat transportasi yang digunakan menuju tempat wisata serta adanya pelayanan-pelayanan yang lain sehingga membuat para wisatawan menikmati objek wisata tertentu dan memutuskan untuk berwisata ke tempat tersebut. Adapun hasil penelitian yang dilakukan penulis dalam pendekatan 4A ini di Taman Wisata Istana Maimun yaitu sebagai berikut :

### a. *Attraction*

*Attraction* yang penulis maksud disini adalah atraksi wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan disuatu destinasi wisata yang mencakup alam dan budaya. Taman Wisata Istana Maimun memiliki potensi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung.

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu pilihan strategi budaya untuk mengurangi dampak adanya globalisasi. Kebudayaan merupakan kompleks yang mencakup kepercayaan, moral, hukum, adat istiadat, pengetahuan, kesenian, kemampuan dan kebiasaan yang telah diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat di suatu wilayah. Kearifan lokal diartikan pula sebagai suatu tindakan positif saat berinteraksi dengan alam dan kondisi lingkungan sekitar dimana terbentuk dari suatu komunitas yang mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar<sup>7</sup>.

Daya tarik utama Istana Maimun terletak pada arsitekturnya. Terdapat perpaduan antara beberapa kebudayaan yang berpengaruh terhadap wujud Istana Maimun, yaitu : Ciri Eropa terlihat pada balairung atau ruang tamu, jendela, pintu yang besar lebar, serta prasasti. Ciri Islam muncul pada atapnya yang bergaya Persia melengkung, style yang dijumpai pada bangunan-bangunan di kawasan Timur Tengah. Ciri Turki dan India terlihat pada lengkungan yang berbentuk perahu terbalik. Ciri Spanyol terlihat pada beberapa pintu. Ciri Melayu yang sangat mencolok dengan khas warna kuning dan hijaunya.



**Gambar 1 : Potret Pintu**

---

<sup>7</sup> Hari Susanta Nugraha dkk, Potensi Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata sebagai Sektor Unggulan Daerah, *Jurnal Dialektika Publik* ISSN.2528-3332, hal.32.



**Gambar 2 : Potret Balairung**

Istana Maimun memiliki kondisi bangunan yang kokoh dan cukup terawat kebudayaan Melayunya. Keberadaan taman wisata Istana Maimun menjadikan tempat yang sangat menarik bagi para pelajar yang haus akan sejarah dan kebudayaan. Pelajaran langsung ini sangat jarang ditemukan. Selain bangunan utama, di sisi kanan bangunan Istana berdiri bangunan rumah batak Karo, yang didalamnya terdapat sebuah meriam puntung. Meriam puntung ini menjadi saksi atas keberhasilan Kesultanan Deli dalam menakhlukkan Kerajaan Aru. Maimun. Meriam puntung memiliki dua bagian, satu di sebelah bangunan Istana Maimun dan yang lainnya terdapat di Kabanjahe, tanah Karo.



**Gambar 3 : Potret Meriam Puntung**

Dari informasi yang didapat tersebut penulis melakukan observasi langsung ke sebagian objek wisata dan juga mengumpulkan data dari literature lain, sehingga penulis dapat merangkum data yang berkaitan dengan atraksi wisata yang dimiliki Istana Maimun, daya tarik yang dimiliki Taman Wisata Istana Maimun antara lain :

### Daya Tarik Istana Maimun

1. Arsitekturnya yang unik.
2. Masih melestarikan budaya dalam berbagai aspek.
3. *Tour Guide* yang bersedia menjelaskan sejarah Istana Maimun.
4. Sinergitas antara Sejarah dan Pariwisata
5. Istana Maimun merupakan Bangunan Terindah di Kota Medan Sumatera Utara.

#### b. *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas yang dimaksudkan di sini adalah akomodasi yang mencakup sarana dan prasarana, akomodasi merupakan bangunan yang didirikan secara komersial seperti hotel dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan prasarana, masjid, rumah makan dan lainnya. Akomodasi sangat diperlukan dalam suatu tempat tujuan wisata karena hal tersebut merupakan kaitan dengan kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Masalah fasilitas di objek wisata ini terbilang sudah cukup lengkap, jadi wisatawan tidak perlu risau. Beberapa fasilitas yang dapat anda manfaatkan adalah :

1. Lahan Parkir  
Di objek wisata ini telah disediakan lahan parkir yang lumayan luas untuk menampung kendaraan dari para pengunjung. Tempat parkirnya juga ada petugas yang menjaga, jadi aman.
2. Mushola  
Apabila di tengah waktu petualangan anda di tempat ini ternyata telah masuk jam untuk sholat, anda yang muslim bisa langsung ke mushola untuk menunaikan ibadah.
3. Tempat makan  
Biasanya setelah menghabiskan waktu berkeliling dan bermain, anda merasa haus atau bahkan lapar. Anda dapat menemukan beberapa warung atau tempat makan disekitar Taman Wisata ini yang menjajakan snack, makanan dan minuman.
4. Penginapan  
Untuk anda yang ingin bermalam, dekat objek wisata ini terdapat beberapa penginapan atau hotel dengan tariff yang cukup bervariasi.
5. Toko Souvenir  
Ketika berwisata kesuatu tempat, maka kita akan membeli sesuatu sebagai koleksi atau kenang-kenangan terdapat tempat yang pernah kita datangi. Di sekitar taman wisata tersebut juga terdapat beberapa toko souvenir yang memiliki ciri khasnya tersendiri, mulai dari

aksesoris yang kecil bros atau gelang hingga yang bisa dikenakan seperti baju dll.

#### 6. Toilet Umum

Fasilitas ini adalah salah satu yang terpenting, maka kita akan menemukan toilet di beberapa sudut taman wisata Istana Maimun.

#### c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan akses menuju suatu daerah atau suatu destinasi tempat adanya objek wisata. Aksesibilitas mencakup transportasi darat, laut dan udara, komunikasi, jaringan telepon dan jaringan internet. Pembangunan aksesibilitas pariwisata di Taman Wisata Istana Maimun merupakan hal yang sangat penting dikarenakan mempengaruhi kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung untuk menuju objek wisata Istana Maimun. Adapun deskripsi hasil penelitian penulis mengenai potensi aksesibilitas lokasi objek wisata Istana Maimun adalah sebagai berikut :

##### 1. Infrastruktur

Infrastruktur jalan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pembangunannya. Kondisi jalan di kota Medan sangat berkembang, bahkan menjadi kota ketiga di Indonesia yang unggul. Namun, terdapat kendala yang masih harus terselesaikan yaitu jalan rusak, penyumbatan drainase, lampu jalan dan penanganan sampah. Untuk mendukung fasilitas masyarakat yang nyaman, terdapat beberapa fasilitas peralanan seperti Bandara dan Jalan Tol. Bandar Udara Kualanamu sebagai yang pertama kali mengintegrasikan bandara dengan jalur kereta api di Indonesia, sekaligus menjadi bandara terbesar ketiga di Indonesia. Jalan Tol juga menjadi Infrastruktur yang cukup efisien. Untuk infrastruktur jalan ada Jalan Tol Belawan-Medan-Tanjung Morawa yang disingkat jadi Jalan Tol Balmera. Jalan tol ini membentang sejauh 34 kilometer dan menjadi penghubung antara Pelabuhan Belawan ke Medan dan Tanjung Morawa. Terdapat jalan tol sepanjang 2.818 km yang nantinya akan menghubungkan kota-kota di Pulau Sumatera, mulai dari Lampung hingga Aceh, ditargetkan akan rampun pada tahun 2024.

##### 2. Sarana Transportasi

Ketersediaan sarana transportasi yang baik sangat dibutuhkan oleh setiap wilayah. Masyarakat disekitar taman wisata Istana Maimun serta wisatawan yang hendak berkunjung ke taman wisata Istana Maimun membutuhkan sarana transportasi yang efisien dan efektif. Kondisi perjalanan ke Istana Maimun ini semakin mudah dengan adanya berbagai fasilitas di zaman modern seperti ini. Istana Maimun

juga terletak di pusat kota yang memberikan peluang besar bagi para wisatawan untuk berkunjung. Perjalanan ke taman wisata Istana Maimun dapat menggunakan angkutan umum seperti : angkot, becak, taxi hingga ojek online. Untuk sampai ke taman wisata Istana Maimun, jarak yang ditempuh dari Stasiun Kereta Api Medan (sekitar 2,4 km), Bandara Kuala Namu Medan (sekitar 37 km) maupun Pelabuhan Belawan (sekitar 25 km).

d. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

*Ancillary* merupakan hal-hal tambahan yang mendukung kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *Stake Holder* yang berperan dalam kepariwisataan. Jika dilihat di taman wisata Istana Maimun sesuai observasi, penulis menemukan adanya *akun Intagram* yang bertujuan memudahkan wisatawan dan masyarakat dalam memahami keistimewaan Istana Maimun serta menjadi fasilitas bertukar informasi. Namun untuk *Tour Guide* yang berada di taman Istana Maimun, masih mengalami kekurangan kuantitas sehingga ketika wisatawan yang berkunjung mengalami peningkatan yang drastis, terjadi ketimpangan pelayanan.

### 3. Peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun

Dalam melihat sejauh mana Peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun, maka penelitian ini mengacu pada sejauh mana potensi-potensi yang sudah ditemukan. Adapun potensi wisata Istana Maimun adalah :

1. Berdasarkan *Attraction*

Dari banyaknya keberagaman atraksi yang ditawarkan oleh istana Maimun yaitu wisata sejarah mempunyai peluang bagi para ekonomi masyarakat. Dengan potensi Istana Maimun yang menarik bagi para wisatawan, akan mendorong timbulnya beberapa kebutuhan dan keinginan wisatawan ketika berkunjung di Istana Maimun. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai peluang ekonomi. Semakin banyak pengunjung, maka akan semakin meningkat pula peluang ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun.

Sesuai hasil wawancara penulis dengan salah satu pedagang minuman di sekitar Taman wisata Istana Maimun<sup>8</sup> :

*“Pendapatan sehari tergantung dari banyaknya pembeli. Semakin banyak pengunjung Istana Maimun, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk membeli dagangan kami. Tidak hanya pengunjung yang masuk saja, namun juga yang hanya mampir untuk berfoto.”*

2. Berdasarkan *Amenity*

---

<sup>8</sup> Pedagang Minuman di Taman Wisata Istana Maimun, wawancara di warungnya, tanggal 19 Maret 2020.

Peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun berkaca pada amenities atau akomodasi yang dimiliki sangat memungkinkan untuk terpenuhinya kebutuhan para wisatawan, seperti halnya untuk beristirahat sejenak ataupun menginap. Tersedia beberapa hotel yang dekat dengan Istana Maimun. Perihal Ibadah, terdapat Masjid Raya Al-Mashun yang sangat dekat jaraknya dengan Taman Wisata Istana Maimun. Sehingga, pengunjung tidak akan khawatir terganggunya Ibadah ketika melakukan berwisata Sejarah. Semakin tingginya wisatawan yang berkunjung, akan mempengaruhi tingkat peluang ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun.

### 3. Berdasarkan *Accessibility*

Berdasarkan Aksesibilitas jalan yang berada di Kota Medan, sangat memungkinkan untuk wisatawan baik Mancanegara maupun Domestik untuk berkunjung ke taman wisata Istana Maimun. Dan memudahkan pedagang dalam membawa dagangannya serta meringankan biaya yang akan dikeluarkan oleh pedagang. Ketersediaan alat transportasi dalam bentuk kendaraan baik umum dan fasilitas untuk kendaraan yang pribadi juga akan menjadi peluang bagi pedagang untuk membuka usahanya di Taman Wisata Istana Maimun. Hal tersebut sesuai dengan penuturan salah satu pedagang warung makanan, bahwa salah satu yang menjadi faktor kenaikan harga adalah tingginya ongkos yang dikeluarkan, sedangkan pedagang mengharapkan modal kembali ditambah dengan profitnya<sup>9</sup> :

*“Perjalanan yang lancar akan menurunkan biaya ongkos yang dikeluarkan. Sebaliknya, perjalanan yang sulit diakses akan menaikkan biaya ongkos yang dikeluarkan. Kalau ongkos mahal, harganya akan naik agar kami tetap mendapat keuntungan. Jadi, akses kesini yang mudah membuat harga juga tidak masalah sehingga kami masih tetap mendapatkan untung”*

Namun, jika melihat dari berbagai jenis penjual yang menjual berbagai jenis barang dagangannya, terlihat beberapa warung memiliki persamaan produk yang dijual. Minimnya differensiasi dan inovasi mengakibatkan salah satunya akan kalah bersaing dengan warung yang sejenis.

### 4. Berdasarkan *Ancillary*

Layanan pendukung yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah terbagi kepada tiga yaitu *Tourist Information*, *Agent Travel* dan *Stakeholder*. Dalam penelitian yang penulis lakukan baik secara observasi langsung juga mencari data dari dokumen menunjukkan bahwa Taman Wisata Istana Maimun memiliki ketiga komponen tersebut. *Tourist Information* dan *Agent Travel* di kota Medan yang berada di dekat Istana Maimun, dikarenakan Istana Maimun juga merupakan salah satu ikon kota Medan, namun tidaklah terikat dan masih belum

---

<sup>9</sup> *Ibid.*

maksimal. Untuk *Stakeholder*, 2017 Pimpinan PT Indosat meluncurkan *Aplikasi Istana Maimun* yang menggunakan bantuan donasi CSR. Tujuannya agar para penggunanya dapat menjelajah seluruh Istana Maimun dan belajar sejarah melalui fitur Virtual Tour dan Augmented Reality<sup>10</sup>.

#### **4. Upaya-Upaya Pemerintah dalam meningkatkan peluang Ekonomi Masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun**

Sesuai UU republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Mikro, Kecil dan Menengah pada BAB III tentang Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan. Pasal 4 tentang Prinsip Pemberdayaan<sup>11</sup>, yaitu :

- a. Penumbuhan-kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
- b. Perwujudan kebijakan public yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- d. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
- e. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Pasal tentang Tujuan Pemberdaayaan, yaitu :

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan;
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dan
- c. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Dari data yang penulis dapat bahwa Pemerintah telah dan sedang melakukan berbagai upaya-upaya dalam hal pengembangan Taman Wisata Istana Maimun dalam menunjang dan membantu umkm, upaya-upaya tersebut adalah :

- a. Dalam upaya pelestarian cagar budaya yang diamankan dalam peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 1/PRT/M/2015 tentang Bangunan Gedung Cagar Budaya yang dilestarikan sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, Kememterian PUPR melalui

---

<sup>10</sup> Gomuslim.co.id, *Permudah Wisata Sejarah, Kini Kota Medan Miliki Aplikasi Istana Maimun*, diakses 9 Juni 2020.

<sup>11</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 *Tentang Mikro, Kecil dan Menengah* Pasal 4&5.

Balai Prasarana Permukiman Wilayah (BPPW) Sumatera Utara berencana melakukan revitalisasi Istana Maimun<sup>12</sup>.

- b. Membuat aplikasi Istana Maimun dengan bantuan dana donasi CSR yang bekerjasama dengan PT. Indosat.
- c. Pihak Istana Maimun memperbaiki fasilitas dan melengkapinya agar memberikan kenyamanan bagi para pengunjung dan mempertahankan daya tarik Istana Maimun.
- d. Merencanakan administrasi yang lebih detail dan teliti.
- e. Pembangunan tempat-tempat UMKM disekitar Istana Maimun yang bertujuan agar lebih terorganisir.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menarik kesimpulan mengenai strategi yang dibutuhkan oleh pihak Istana Maimun agar dapat meningkatkan daya tarik wisatawan berkunjung ke Taman Wisata Istana Maimun adalah dengan :

1. Mempertahankan karakteristik dan keunikan Istana Maimun.
2. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas di Taman Wisata Istana Maimun.
3. Mempertahankan keunikan dan ciri khas Istana Maimun yang akan semakin meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung sehingga akan meningkat pula ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun dengan banyaknya membeli produk.
4. Bangga akan kebudayaan, sejarah sekaligus mencintainya, baik daerah dan Nusantara.
5. Bekerjasama dengan beberapa pihak agar nama Istana Maimun lebih dikenal lagi baik domestik dan Mancanegara.
6. Membantu mempromosikan pariwisata bersejarah sebagai tanda cinta akan budaya dan sejarah.
7. Pemanfaatan aplikasi Istana Maimun dengan efektif dan efisien.
8. Mendengarkan masukan dan saran dari masyarakat baik terhadap Istana Maimun dan atau juga terhadap pedagang, karena keduanya saling mempengaruhi didalam satu lingkungan yang sama.

---

<sup>12</sup> Ciptakarya.pu.go.id , *Konsultasi Publik Perencanaan Teknis Revitalisasi Istana Maimun*, diakses pada 9 Mei 2020.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang telah penulis uraikan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Istana Maimun memiliki potensi wisata bersejarah sehingga dapat menjadi peluang bagi ekonomi masyarakat. Dengan hukum, semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Istana Maimun. Namun, tidak sesuai hukum, dikarenakan beberapa produk yang dijual tidak sesuai dengan harga serta adanya persaingan pada penjual yang menjual produk yang sama.
2. Jenis kegiatan ekonomi yang berpeluang untuk meningkatkan ekonomi masyarakat adalah berdagang terutama pada jenis makanan dan minuman, disusul oleh aksesoris & kerajinan, pakaian dan mainan. Kreatifitas tetap menjadi daya tarik bagi pembeli. Sebagai bentuk penggalakan ekonomi masyarakat adalah dengan differensiasi produk yang dijual.
3. Strategi dalam pengembangan Taman Wisata Istana Maimun sebagai bentuk peningkatan potensi pariwisata bersejarah adalah dengan melakukan pemanfaatan, pemerataan dan perbaikan fasilitas baik terdapat Istana Maimun dan juga tempat para pedagang yang berjualan agar lebih kondusif dan lebih terorganisir. Mempertahankan karakter dan keunikan dari Istana Maimun.

## **B. SARAN-SARAN**

### **1. Bagi Pemerintah**

Istana Maimun merupakan tempat bersejarah yang telah dijadikan sebagai salah satu ikon kota Medan. Hendaknya dalam hal ini, pemerintah lebih menggalakkan lagi perihal pelestarian taman wisata Istana Maimun. Sehingga destinasi ini dapat lebih banyak menarik wisatawan domestik dan juga mancanegara. Dengan melakukan berbagai hal, yaitu penjagaan kualitas hingga meningkatkannya, memberikan dukungan terhadap UMKM disekitar Istana Maimun dengan perbaikan fasilitas agar meningkatkan ekonomi masyarakat di Taman Wisata Istana Maimun, lebih mengkampanyekan wisata bersejarah ini dengan cara pengelolaan berbagai sarana dan prasarana yang memudahkan wisatawan dalam berkunjung.

### **2. Bagi Yayasan Istana Maimun**

Istana Maimun merupakan pariwisata bersejarah yang memiliki banyak kisah dan pembelajaran. Dengan adanya istana maimun, dapat memberikan wisata yang bernuasa nilai plus terutama bagi anak-anak dan juga masyarakat agar lebih melek lagi terhadap sejarah. Istana Maimun diharapkan terus ada dan dapat terjaga segala ciri khas dan keunikannya. Agar tetap ada, Istana Maimun harus dijaga secara keutuhan, baik fasilitas, layanan hingga karakter yang telah dikenal. Agar sejarah tidak hanya dapat dinikmati secara dokumen namun juga dapat dirasakan secara visual dengan mendatangi monumennya.

### **3. Bagi Masyarakat**

Dalam pengembangan baik potensi Istana Maimun dan juga peluang ekonomi masyarakat di Taman wisata Istana Maimun, hendaknya masyarakat dapat membantu mempromosikan taman wisata Istana Maimun sebagai langkah atau bentuk dukungan masyarakat terhadap wisata bersejarah dan sekaligus dapat meningkatkan ekonomi masyarakat di taman wisata Istana Maimun.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata* . Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan. 1995. *Metode Penelitian Kualitatif*,. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bertens, K. 2013. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : Kanisius.
- Dimiyati, Johni. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya* . Jakarta: Prenada Media Group.
- Harahap, Isnaini. 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hartman, Laura P. dan Joe Desjardins. 2008. *Etika Bisnis*. Jakarta : Erlangga.
- Judisseno, Rimsky K. 2017. *Aktivitas Kompleksitas Kepariwisataaan*. Jakarta : PT Gramedia.
- Keraf, A.Sonny. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Muryadana, M Liga. 2013. *Sosiologi Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Nukhtar, Maksum. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta.
- Rachmat. 2007. *Pendidikan Lingkungan dan Budaya Jakarta*. Jakarta: Ganeca Exact.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Spillane, James J. 1991. *Ekonomi Pariwisata sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Usman, Husaini. 1997. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Womardi. 1991. *Kamus Ekonomi*.
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

### **Jurnal:**

- Adityaji, Rizki. 2018. Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT : Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya. *Jurnal Pariwisata Pesona*. 03(1).
- Arfianto, Arif Eko Wahyudi. 2016. Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Ekonomi Desa. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*. 2(1).
- Aris, Dewa Made dkk. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

- Pasar Seni Sukawati Gianyar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Udayana*. ISSN : 2337-3067.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asteria, Nora dkk. 2013. Perancangan Buku Wisata Arsitektur Bangunan Religi sebagai Aset Kota Medan. *Jurnal DKV Adiwarna* .1(2).
- Binarwan, Robby dan Usman Chamdani. 2014. Istana Maimoon di Kota Medan Sebagai Daya Tarik Wisata (DWT). *Jurnal Parekraf*. 1(1).
- Chamdani, Robby Binarwan dan Usman. 2014. Istana Maimoon di Kota Medan Sebagai Daya Tarik Wisata (DWT). *Jurnal Parekraf*. 1(1).
- Devy, Helln Angga dan R.B. Soemanto. 2017. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*. 32(1).
- Junaidi dan Zulgani. 2011. Peranan Sumberdaya Ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Pembangunan Daerah*. Edisi III.
- Nugraha, Hari Susanta dkk. Potensi Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik*.
- Nurmansyah, Agung. 2014. Potensi Pariwisata dalam Perekonomian Indonesia dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. III(1).
- Parikesit, Danang dan Wiwied Trisnadi. 1997. Kebijakan Kepariwisata Indonesia dalam Pembangunan Jangka Panjang. *Jurnal Kelola*. 6(16).
- Prakoso, Aditha Agung. 2016. Dampak Multiganda Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata daerah (RIPPARDA) terhadap Kepariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata*. 10(1).
- Sianturi, Noprita Elisabeth. 2016. Analisis Desain Langit-langit Istana Maimun. *Jurnal Proporsi*. 1(2).
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 6(1).
- Syahriza, Rahmi. 2014. Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata *Sara* dan Devisanya dalam Al-Qur'an), *HUMAN FALAH* : 1(2).
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2011. Dimensi Ekonomi Pariwisata Kajian Dampak Ekonomi dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. *Jurnal of Travel Research* 54(2).

Wahidin, Ade. Prinsip Saling Relasi dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analisis Surat An Nisa'[4] Ayat 9), *Ad Deenar : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2(02).

Zaroni, Akhmad Nur. 2007. *Bisnis dalam Perspektif Islam. Mazahib. IV(2)*.

### **Skripsi :**

Firdaus, Artistiyan Rosetyadi. 2012. Pengaruh, Modal, Lama, Usaha dan Jam Kerja terhadap Pendapatan. *Skripsi*.

Harahap, Kobul. 2019. Potensi Peluang Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Padang Lawas. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

### **Dokumen :**

Kurniawati, Pipin. 2017. Perpaduan antara Tradisi Islam dan Kebudayaan Eropa pada Arsitektur Istana Maimun. *Prosiding Seminar Heritage IPLBI*.

[Ciptakarya.pu.go.id](http://Ciptakarya.pu.go.id)

[Gomuslim.co.id](http://Gomuslim.co.id)

[www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)

### **Undang-Undang :**

Republik Indonesia. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 *Tentang Mikro, Kecil dan Menengah* Pasal 4&5.

### **Wawancara :**

Pedagang Makanan. Taman Wisata Istana Maimun. 19 Maret 2020.

Pedagang Minuman. Taman Wisata Istana Maimun. 19 Maret 2020.

## Kuesioner Ekonomi Masyarakat Istana Maimun Wisata Bersejarah

1. Nama usaha :
2. Jenis usaha :
3. Berapa lama usaha berjalan :
4. Kuantitas produk yang dijual :
5. Laba perbulan :
6. Mengapa memilih berjualan :
7. Adakah hubungannya (pengaruh)  
Hari libur/ hari besar/  
tgl merah terhadap laba :
8. Dampak positif dari  
pengunjung istana maimun :
9. Dampak Negatif dari  
pengunjung istana maimun :
10. Kekecewaan yang dirasakan :
11. Harapan untuk kedepannya
  - a. keteraturan tempat usaha
  - b. pemberdayaan / fasilitas untuk usaha
  - c. pengunjung yang ditingkatkan
  - d. .... :