

Optimalisasi Objek Wisata Banto Royo Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Tiltang Kamang

Jennisa Dwina Indriani^{1*}, Kuliman², Mairinal Avis³

^{1,2,3}Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi

Abstrak

Pada periode 2018-2019 Bantorooyo sangat booming dan diminati banyak wisatawan, baik dari Provinsi Sumatera Barat maupun dari luar daerah Sumatera Barat bahkan mancanegara seperti Malaysia. Pada tahun 2020-2021 merupakan masa pandemi Covid-19 sehingga banyak berdampak pada sektor pariwisata, termasuk Bantorooyo. Dampak yang ditimbulkan antara lain penurunan jumlah pengunjung, penurunan turnover, dan pengurangan karyawan sehingga berdampak besar terhadap objek wisata Bantorooyo ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Optimalisasi Objek Wisata Bantorooyo Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Suku Tiltang Kamang. Sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder dengan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis domain, taksonomi, komponen dan tema budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Objek Wisata Bantorooyo belakangan ini belum optimal dikelola pasca Covid-19 melanda seperti infrastruktur yang perlu diperbaharui dan diperbaiki, ataupun pengelolannya yang kurang memadai dikarenakan berkurangnya jumlah karyawan yang cukup signifikan, selain itu sistem manajemen masih bersifat tradisional. Kemudian upaya yang dilakukan untuk mengoptimalisasikan objek wisata Bantorooyo untuk meningkatkan pendapatan salah satunya adalah melakukan *even-even* di kawasan objek wisata Banto Royo yang mengundang khalayak ramai, sehingga Banto Royo kembali dikenal oleh masyarakat luas. Meningkatkan promosi Banto Royo baik itu secara *online* maupun *offline*, seperti *website* dan media sosial. Menambah spot-spot baru yang dapat menambah daya tarik wisatawan.

Kata Kunci: *Optimalisasi, Pariwisata, Bantorooyo*

Copyright (c) 2024 Jennisa Dwina Indriani

 Corresponding author :

Email Address : jennisadwindriani@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata masih menjadi sektor prioritas pemerintah karena dinilai mampu menjadi lokomotif pergerakan perekonomian bangsa. Sektor pariwisata bahkan menjadi salah satu penyumbang devisa negara terbesar ketiga setelah ekspor minyak sawit (CPO) dan batu bara. Pengelolaan sektor pariwisata juga terus dikembangkan oleh pemerintah, melalui berbagai kebijakan yang dilakukan pemerintah untuk menjadikan pariwisata Indonesia semakin maju dan dikenal di mata dunia. Sektor pariwisata saat ini menjadi sektor unggulan yang dikembangkan pemerintah yang dinilai dapat memberikan *multiplier effect* bagi masyarakat dan pemerintah. Dapat disaksikan, provinsi yang mempunyai sektor pariwisata yang baik menjadikan daerahnya berkembang pesat dan mampu mensejahterakan masyarakatnya. Menggeliatnya sektor pariwisata dapat memberikan pengaruh pada berbagai sektor, seperti; perhotelan, transportasi dan UMKM.

Provinsi Sumatera Barat dikenal memiliki sejumlah destinasi wisata yang menarik banyak pengunjung. Salah satu tempat wisata yang sedang *booming* dan diminati masyarakat adalah objek wisata Banto Royo. Objek wisata Banto Royo ini terletak di Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat yang banyak dikunjungi pengunjung tidak hanya dari daerah Agam saja, namun banyak juga pengunjung yang berasal dari luar Kabupaten Agam, luar Provinsi Sumatera Barat bahkan luar negeri.

Kawasan objek wisata ini diresmikan pada tanggal 28 Oktober 2018, sejak diresmikan kawasan objek wisata Banto Royo telah mendapat tempat di mata masyarakat. Banto Royo mempunyai keindahan yang tidak kalah menarik dengan tempat wisata lainnya. Kawasan objek wisata ini mengusung konsep atraksi wisata berbasis komunitas yang melibatkan masyarakat sekitar. Objek wisata Banto Royo menyediakan paket wisata yang cukup lengkap dan profesional, seperti tempat parkir yang luas, *café*, toilet, musala, taman bermain darat, taman bermain air, taman bermain udara, spot foto, area *camping* dan pemandangan alam yang masih alami, sejuk. udara sehingga wisatawan tertarik untuk datang berkunjung dan nyaman berada di lokasi. Tidak butuh waktu lama hingga objek wisata ini menyebar dan dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan hasil wawancara tim peneliti dengan Manager Banto Royo Bapak Zul Adri Aranta menyatakan bahwa:

“Pada tahun pertama berdirinya, jumlah pengunjung wisata Banto Royo bisa mencapai 5.000 orang per bulan. Hal ini merupakan suatu prestasi yang sangat membanggakan bagi suatu objek wisata di suatu daerah. Dari segi pegawai yang dipekerjakan juga cukup banyak yaitu 80 orang, dimana yang dipekerjakan juga merupakan masyarakat lokal. Namun ketika terjadi wabah Covid-19 di seluruh dunia, sektor pariwisata menjadi salah satu yang paling terdampak, tak terkecuali Objek wisata Banto Royo.

Apa yang disampaikan terlihat dari jumlah pengunjung yang berdampak pada menurunnya omset dan jumlah karyawan yang dipekerjakan. Jumlah pengunjung Banto Royo Daya Tarik Wisata dapat dilihat pada gambar berikut:

Grafik 1. Jumlah pengunjung Banto Atraksi Royo Tahun 2018 s/d 2021



Sumber: Manajemen Pengelola Objek Wisata Banto Royo, 2022

Dari grafik diatas, dapat dijelaskan bahwa jumlah pengunjung Objek Wisata Banto Royo diatas terlihat jelas dari awal dibukanya objek wisata ini pada akhir tahun 2018 jumlah pengunjungnya meningkat dua kali lipat, dan pada tahun 2019 mulai menurun dan turun drastis pada tahun 2020 dan mulai terlihat peningkatan. jumlah pengunjung pada tahun 2021. Pasalnya, setelah pandemi Covid-19 berlalu, sektor pariwisata mulai bergairah kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Optimalisasi Objek wisata Banto Royo untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Tilatang Kamang.

TINJAUAN LITERATUR

Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih atau sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif. Sedangkan menurut Winardi dalam Ali (2014) optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan jika dipandang dari sudut usaha. Optimalisasi adalah usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki. Dari uraian tersebut diketahui bahwa optimalisasi hanya dapat diwujudkan apabila dalam pewujudannya secara efektif dan efisien.

Objek Wisata

Di Indonesia, sudah lama memberlakukan otonomi daerah, dengan artian bahwa pemerintah pusat memberikan pembagian kekuasaan kepada daerah untuk mengelola sumber daya sehingga ada tanggung jawab dari pemerintah daerah untuk mengelolanya secara efisien dan efektif yang nantinya akan menjadi sumber daerah dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk memenuhi kebutuhannya. Pariwisata salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap PAD. Selain dari penerimaan PAD bagi pemerintah, keberadaan objek wisata di suatu daerah tentu akan berdampak langsung bagi masyarakat sekitar, namun hal ini tidak lepas dari optimalnya pengembangan objek wisata maupun sarana dan prasarana objek wisata tersebut. Pengembangan sarana dan prasarana menjadi nilai lebih atas suatu objek wisata.

Menurut Spillane (1994) suatu obyek wisata atau destination, harus meliputi lima unsur penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, maka obyek wisata harus meliputi;

1. Daya tarik (*Attractions*)

Menurut pengertiannya *attractions* mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan yaitu, keindahan alam, iklim dan cuaca, kebudayaan, sejarah, sifat kesukuan (*ethnicity*), kemudahan (*accessibility*) berjalan ke tempat tertentu.

2. Fasilitas (*Facility*).

Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan. Seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga penginapan, makanan, dan minuman yang juga cocok dengan kemampuan membayar dari wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

3. Infrastruktur (*Infrastructure*).

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur seperti, akses jalan lancar maupun jaringan seluler.

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumberdaya tarik, baik alamiah maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah,

monument-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Adisasmita, 2010). Suatu objek wisata harus memenuhi tiga persyaratan, yaitu;

- a. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai "*something to see*" (sesuatu untuk dilihat). Artinya, di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain (pemandangan alam, upacara adat, kesenian) yang dapat dilihat oleh wisatawan.
- b. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "*something to do*" (sesuatu untuk dikerjakan). Artinya, di tempat tersebut tersedia fasilitas rekreasi yang membuat mereka betah untuk tinggal lebih lama di tempat itu (penginapan/hotel yang memadai, kolam renang, sepeda air) sehingga mereka dapat melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan di rumah ataupun di tempat wisata lainnya.
- c. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah "*something to buy*" (sesuatu untuk dibeli). Artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

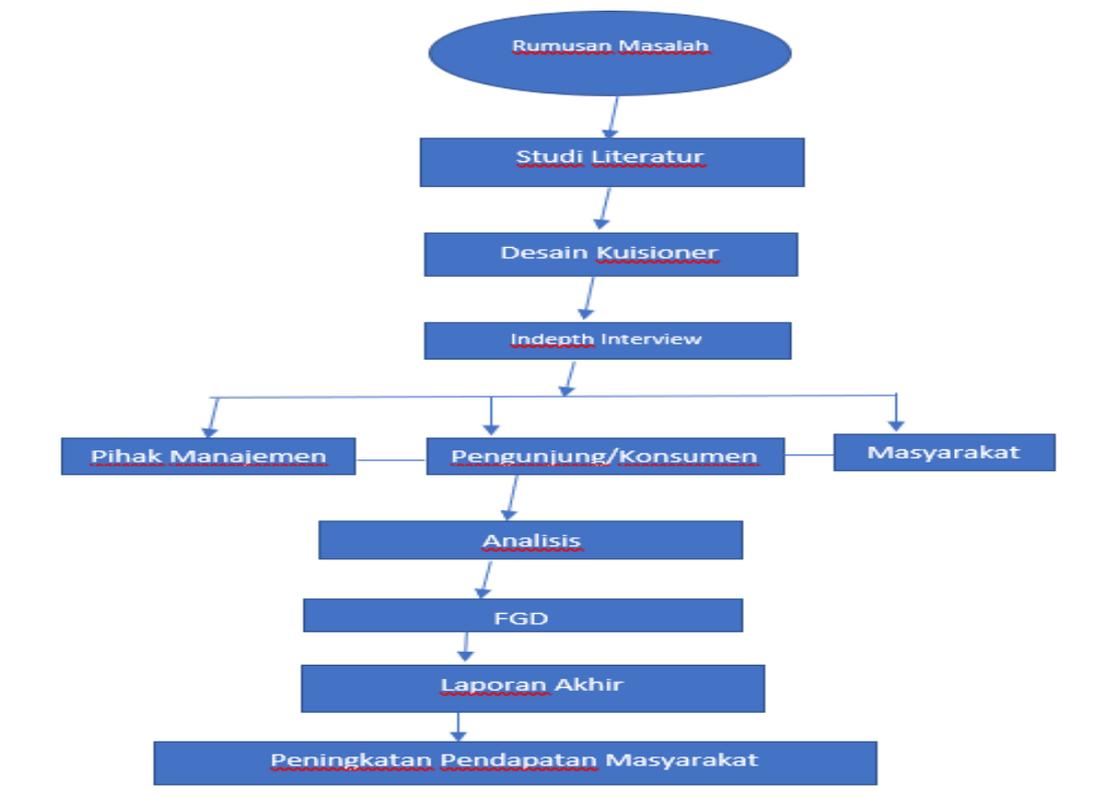
Merujuk pada kriteria objek wisata tersebut di atas maka, pada poin (a) dan (b) Banto Royo Agam merupakan salah satu destinasi wisata yang berlokasi di Jorong Kaluang Tapi, Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Objek wisata ini diresmikan tanggal 28 Oktober 2018 oleh tokoh nasional asal Kapau yang menjadi inisiator, yaitu Andi Sahrandi. Dalam hal operasional Banto Royo melibatkan warga sekitar sehingga dapat menumbuhkan perekonomian warga. Banto Royo berdiri di atas lahan seluas 6,2 hektar dan 80 persen dari wilayahnya terdiri dari air. Di sisi kiri Banto Royo dekat dengan objek wisata lain seperti Bukit Lakuang. Dulunya kawasan ini merupakan rawa yang hampir tidak bisa dikunjungi karena tanahnya terdiri dari lempung. Di kawasan Banto Royo terdapat jembatan yang terbuat dari besi dan digunakan sebagai penghubung antar saung, terdapat 12 unit saung besar dan 9 unit saung kecil yang bisa digunakan untuk bersantai. Fasilitas lain seperti flying fox dengan luas area 185 meter. Pengunjung biasanya dikenakan biaya sebesar Rp10.000 untuk hari biasa dan Rp20.000 di hari pekan.

Dengan adanya objek wisata ini memberikan kontribusi juga terhadap penerimaan daerah dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang pendapatan daerah yang terbesar. Selain itu, sektor pariwisata menjadi sektor yang paling diminati oleh masyarakat dan memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Berkaitan dengan pengembangan sektor atau objek wisata tersebut, pemerintah daerah dan masyarakat dapat melakukan upaya optimalisasi untuk peningkatan kualitas pariwisata tersebut. Upaya tersebut antara lain dapat dilakukan melalui pengadaan sarana akomodasi yang memadai, promosi, kemudahan perjalanan, penambahan dan pengembangan kawasan wisata, serta mengupayakan munculnya lokasi-lokasi wisata baru. Optimalisasi objek wisata secara langsung akan berdampak terhadap pendapatan masyarakat terutama masyarakat setempat yang berada di lokasi wisata tersebut. Keberhasilan pemerintah dalam menjaring investor dari dalam maupun luar daerah untuk melakukan investasi tentunya akan berdampak terhadap peningkatan pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat. Pengelolaan objek wisata juga perlu dilakukan untuk menarik minat wisatawan lokal datang ke objek wisata tersebut. Dalam hal ini pengelolaan objek wisata bukan hanya menjadi tanggung jawab pengelola, tetapi juga menjadi tanggung jawab Dinas Pariwisata.

Kemudian pada poin (c) Dengan adanya objek wisata tentukan membuka peluang usaha maupun lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, seperti; membuat souvenir dan kerajinan tangan untuk cendera mata. Adanya objek wisata di suatu daerah diharapkan dapat membawa berbagai manfaat yang cukup berarti dalam pembangunan, karena berbagai kegiatan dalam bidang kepariwisataan dapat meningkatkan perekonomian yang signifikan bagi masyarakat suatu wilayah. Demikian pula bagi Kabupaten Agam dimana menjadi lokasi

objek wisata Banto Royo. Dibalik perkembangan sektor pariwisata yang mengesankan tersebut, ada kekhawatiran terhadap pengembangan pariwisata, bahwa pariwisata adalah salah satu bentuk kapitalisme baru yang cenderung memeras masyarakat lokal (Damanik, 2013). Dewi (2014) memperkuat pendapat tersebut bahwa pariwisata belum banyak memberikan manfaat terhadap masyarakat lokal, karena adanya kebocoran dalam sistem perekonomian masyarakat.

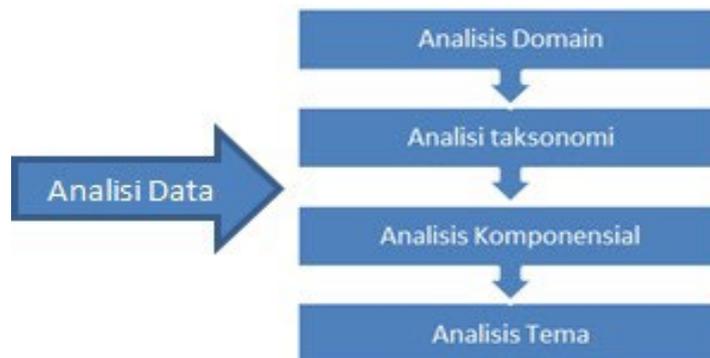
Indikator-indikator dari penelitian diuraikan pada kerangka berpikir berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Jorong Kaluang Tapi, Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif untuk memaparkan upaya pengembangan sektor optimalisasi objek wisata Banto Royo untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Kecamatan Tilatang Kamang. Penelitian ini menggunakan Model analisis data Spradley dengan empat tahapan analisis data dalam penelitian kualitatif, yaitu Tema Domain, Taksonomi, Komponen, dan Budaya dengan; (a) Tahap pertama memasuki lapangan dengan pertanyaan grand tour dan minitour, analisis data dengan analisis domain. (b) Tahap kedua menentukan fokus, teknik pengumpulan data dengan minitour question, analisis data dilakukan dengan analisis taksonomi. (c) Selanjutnya pada tahap seleksi, pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan struktural analisis data dengan analisis komponensial. (d) Selanjutnya adalah tema analisis Cara analisis datanya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Metode Analisis Data
Sumber: Sugiyono, 2012

Analisis Domain

Analisis Domain dalam penjelasan Sugiyono (2012) dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh mengenai situasi sosial yang diteliti atau objek penelitian. Data diperoleh dari pertanyaan *grand tour* dan *minitour*. Hasilnya adalah gambaran umum mengenai objek yang diteliti, yang belum pernah diketahui sebelumnya. Dalam analisis ini informasi yang diperoleh belum mendalam, masih dipermukaan, namun sudah menemukan domain atau kategori situasi sosial yang diteliti.

Di sini, dalam permulaan penelitian, peneliti mengumpulkan data apa saja yang diperlukan untuk mendapatkan gambaran umum dari objek wisata banto royo daerah Kabupaten Agam. Semua kemungkinan data yang bisa digunakan dalam penelitian dikumpulkan satu per satu. Kemudian data yang berhasil dipisah-pisahkan berdasarkan kebutuhan peneliti dan dilakukan pengamatan terhadap data tersebut, sehingga peneliti dapat membuat kesimpulan awal. Setelah didapatkan gambaran secara umum, peneliti mulai menyusun pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang masih bersifat umum, guna mendapatkan konfirmasi dari kesimpulan awal. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, peneliti mencoba melewati beberapa prosedur untuk mendapatkan izin dan rekomendasi dari Kantor Objek Wisata Banto Royo. Menurut yang peneliti ketahui, rekomendasi dari Kantor Objek Wisata Banto Royo bisa digunakan untuk kemudahan memsauki objek Wisata Banto Royo.

Analisis Taksonomi

Analisis Taksonomi dalam penjelasan Sugiyono (2012) merupakan kelanjutan dari Analisis Domain. Domain yang dipilih peneliti perlu diperdalam kembali melalui pengumpulan data di lapangan. Pengumpulan data dilakukan secara terus menerus melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi sehingga data yang terkumpul menjadi banyak. Dengan demikian domain-domain yang telah ditetapkan sebagai *cover term* oleh peneliti dapat diurai lebih detail dan mendalam. Di sini, peneliti mulai melakukan pengamatan lebih mendalam terhadap data yang telah disusun berdasarkan kategori. Pengamatan lebih terfokus kepada masing-masing kategori, sehingga mendapatkan gambaran lebih terperinci dari data masing-masing data yang telah terkumpul. Apabila data yang terkumpul dianggap kurang, peneliti akan melakukan pengumpulan data kembali dengan kriteria data yang lebih spesifik. Dalam hal ini, peneliti melakukannya dengan mereka-reka data dengan rasio-rasio yang digunakan dan hal-hal lain. Setelah ditemukan gambaran yang jelas, atau pola-pola tertentu dari data, selanjutnya peneliti melanjutkan

pembuatan pedoman wawancara dengan menambahkan beberapa pertanyaan yang mampu mengkonfirmasi temuan peneliti dalam analisis taksonomi.

Analisis Komponen

Menurut Sugiyono (2012), dalam Analisis Komponen, yang ingin diorganisasikan adalah perbedaan domain atau kesenjangan domain yang kontras. Data ini dicari melalui observasi, wawancara lanjutan, atau dokumentasi terpilih. Dengan teknik pengumpulan data triangulasi tersebut akan ditemukan sejumlah dimensi yang spesifik dan berbeda pada setiap elemen. Setelah menemukan kesamaan ciri atau kesamaan pola dari data hasil analisis taksonomi, peneliti kemudian melakukan observasi lebih dalam untuk mengungkap gambaran atau pola tertentu pada data tersebut. Dalam hal ini peneliti melakukannya dengan desain datanya, rasio-rasio yang digunakan, dan lain-lain. Setelah menemukan gambaran tertentu, atau pola tertentu dari data, peneliti kemudian melanjutkan membuat pedoman wawancara dengan menambahkan beberapa pertanyaan yang mampu mengkonfirmasi temuan peneliti dalam analisis komponensial.

Analisis Tema Budaya

Analisis Tema Budaya, dalam Sugiyanto (2012) merupakan upaya mencari “benang merah” yang terintegrasi antar domain yang ada. Dengan menemukan benang merah dari hasil analisis domain, taksonomi, dan komponensial, selanjutnya akan dapat menyusun suatu situasi sosial “konstruksi bangunan”/objek penelitian yang sebelumnya masih gelap atau remang-remang, dan setelah dilakukan penelitian menjadi lebih cerah dan jelas.

Gambaran atau pola-pola tertentu yang ditemukan dalam data, kemudian oleh peneliti dihubungkan, dan direka-reka sehingga bisa terlihat gambaran secara utuh dan menyeluruh dari data yang telah terkumpul. Data pengujung Objek Wisata Banto Royo dan keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah yang sudah diolah dalam Analisis Komponensial, bisa jadi muncul hubungan saling mempengaruhi atau pengungkapan penyebab terjadinya pola-pola tertentu yang muncul. Sehingga sampai di sini, peneliti sudah mampu membuat kesimpulan awal mengenai “benang merah” atas permasalahan yang muncul di awal.

Selanjutnya peneliti melanjutkan pembuatan pedoman wawancara, dengan menambahkan beberapa pertanyaan untuk mengkonfirmasi temuan dari peneliti. Selanjutnya, peneliti melakukan kembali analisis data dengan urutan yang sama dengan metode wawancara untuk mendapatkan konfirmasi dari temuan peneliti. Setelah analisis yang sama dilakukan pada data hasil wawancara, kemudian peneliti melakukan analisis tema kultural antara hasil analisa data hitungan dengan hasil analisa data wawancara. Bisa saja terjadi, saat analisa tema kultural antara hasil analisa hitungan wawancara, ditemukan “benang merah” yang berbeda dengan kesimpulan awal dari peneliti. Sehingga ketika analisis ini sudah selesai, peneliti sudah mendapatkan gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Optimalisasi Objek Wisata Bantoroyo dalam meningkatkan pendapatan Objek Wisata

Pada saat ini pariwisata menjadi alat penggerak perekonomian masyarakat di Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, dengan dibangunnya objek wisata di Kecamatan Tilatang Kamang, salah satunya Objek Wisata Banto Royo. Dimana, wisata ini mampu untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat setempat. Adapun beberapa pelayanan yang disediakan di lokasi wisata taman ini seperti, berbagai macam taman yang ada di dalam taman Banto Royo dengan berbagai macam tumbuhan, toilet umum, serta berbagai tempat spot foto yang menarik dan indah untuk mengabadikan momen bersama, dimana hal ini dapat menjadi daya tarik banyak

pengunjung. Wisata Taman Banto Royo yang ada di Nagari Koto Tengah, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam. ini mampu memberikan kepuasan psikis maupun fisik bagi para wisatawan yang berkunjung. Semua itu berhasil didapatkan berkat ide-ide kreatif terhadap objek wisata yang ada. Pendapatan Objek Wisata Banto Royo awal dibuka cukup menggiurkan, dikarenakan euforia pengunjung untuk datang ke okasi Objek Wisata tersebut.

Berdasarkan hasil penemuan yang diperoleh dari observasi peneliti dilapangan mengenai Objek Wisata Bantoroyo yang berada di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam yang belakangan ini belum optimal dikelola pasca Covid-19 melanda. Ada beberapa penemuan dilapangan yaitu infrastruktur yang belum perlu diperbaharui dan diperbaiki, ataupun pengelolaanya yang kurang memadai dikarenakan berkurangnya jumlah karyawan yang cukup signifikan, selain itu sistem manajemen masih bersifat tradisional. Disamping itu pengelolaan objek wisata Bantoroyo sendiri terlepas dari campur tangan pemerintah setempat, karena objek wisata ini murni dikelola oleh orang pribadi dan bekerja sama dengan masyarakat setempat.

Kekayaan dan keindahan alam yang ada di Banto Royo ini merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan yang datang berkunjung. Daya tarik ini harus selalu dipelihara oleh pihak pengelola wisata dan dilestarikan sebagai modal untuk pengembangan pariwisata taman Banto Royo ini. Pengelola bersama masyarakat di sekitar lokasi wisata harus bekerjasama dalam menjaga dan melestarikan apa yang ada di sekitar lokasi wisata sebagai ciri khas dari wisata tersebut guna menarik wisatawan berkunjung ke wisata Taman Banto Royo ini, yang dimana nantinya semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka semakin banyak juga pendapatan yang didapat oleh pelaku usaha dan masyarakat disekitar lokasi wisata.

Rentang waktu tahun 2018-2019 Bantoroyo sangat *booming* dan diminati oleh banyak wisatawan baik itu dari Provinsi Sumatera Barat maupun dari luar daerah Sumatera Barat bahkan mancanegara seperti Malaysia. Mengenai hal tersebut diatas penulis melakukan wawancara bersama pihak manajemen Banto Royo dengan Bapak Zul Adri Ananta yang mengatakan:

“Pengelolaan objek wisata Banto Royo ini murni dana pribadi. Pengunjung Bantoroyo yang bisa menembus 5.000 orang per bulan pada hari libur dan pada hari lain mencapai seribuan pengunjung. Dengan ramainya pengunjung yang datang, menjadi sumber pendapatan juga bagi masyarakat sekitar seperti pendapatan dari uang parkir, cafe dan cendera mata. Ramainya pengunjung Banto Royo, mengakibatkan omset Banto Royo meningkat drastis setiap bulannya yaitu, bisa mencapai Rp.1 Miliar setiap bulannya. Pada rentang waktu tahun 2020 - 2021 adalah masa-masa mewabahnya pandemi Covid 19, sehingga banyak berdampak pada sektor pariwisata termasuk Banto Royo. Dampak yang ditimbulkan antara lain menurunnya jumlah pengunjung, berkurangnya omset dan terjadinya pengurangan karyawan”.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, setelah Covid - 19 Objek Wisata Banto Royo memang mengalami penurunan jumlah pengunjung yang sangat drastis. Hal ini berakibat pada penurunan omset Banto Royo. Setelah beralunya Covid - 19, Objek Wisata Banto Royo ini mulai dibuka kembali seiring dilakukannya perbaikan-perbaikan infrastruktur yang sudah lama tidak digunakan. Untuk kedepannya pengelola objek wisata ini berusaha semaksimal mungkin agar objek wisata ini lebih optimal lagi dikelola seperti wisata lainnya yang semakin maju.

Berdasarkan kondisi dan temuan di lapangan tersebut, maka tim peneliti melakukan analisis terhadap upaya mengoptimalkan objek wisata Bantoroyo untuk meningkatkan pendapatan, diantaranya:

1. Melakukan *even-even* di kawasan objek wisata Bantoroyo yang mengundang khalayak ramai, sehingga Bantoroyo kembali dikenal oleh masyarakat luas.
2. Meningkatkan promosi Bantoroyo baik itu secara online maupun offline, seperti website dan media sosial.
3. Menambah spot-spot baru yang dapat menambah daya tarik wisatawan.
4. Memperbaiki infrastuktur yang sudah mengalami penurunan fungsi, sehingga menambah kenyamanan pengunjung.
5. Menjalani kerjasama dengan berbagai *stakeholder*, sehingga dapat meningkatkan popularitas dan pengunjung Bantoroyo.
6. Melakukan program *capacity buliding* bagi seluruh karyawan secara berkala, sehingga meningkatkan performa Bantoroyo.
7. Memilih duta Bantoroyo, baik itu tingkat sekolah, kampus maupun masyarakat yang dapat membantu promosi Bantoroyo.

Agar dapat meningkatkan lagi euforia pengunjung untuk datang ke Banto Royo, pihak Banto Royo melakukan promosi yang lebih intens dengan berbagai alternatif seperti yang disarankan peneliti. Pihak Banto Royo bekerja sama dengan peneliti telah mengadakan *event "Lomba Mewarnai Tingakt TK Se Kota Bukittinggi dan Kabupaten Agam"* di kawasan objek wisata Bantoroyo yang mengundang khalayak ramai, sehingga Bantoroyo kembali dikenal oleh masyarakat luas. Peningkatan promosi Banto Royo baik itu secara online maupun offline, seperti website dan media social telah di aktifkan kembali. Pengelola Banto Royo juga menambah spot-spot baru yang dapat menambah daya tarik wisatawan serta memperbaiki infrastuktur yang sudah mengalami penurunan fungsi, sehingga menambah kenyamanan pengunjung.

2. Peran Masyarakat Sekitar Dengan Keberadaan Objek Wisata Banto Royo Sehingga Dapat Meningkatkan Pendapatan Masyarakat.

Pariwisata memiliki *multiflier effect* terhadap perekonomian. Dengan adanya pariwisata maka masyarakat sekitar objek wisata akan mendapatkan berbagai manfaat, namun semuanya tergantung pemanfaatan oleh masyarakat sekitar. Masyarakat Tilatang Kamang sudah memiliki peran yang sangat *urgent* dalam proses pendirian objek wisata Banto Royo ini. Peran masyarakat dalam berjalannya Banto Royo dimulai dengan adanya kesepakatan dalam hal peminjaman lahan selama 20 tahun. Manfaat yang dirasakan masyarakat dengan keberadaan Banto Royo dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar, seperti untuk pembiayaan Masjid Nurul Ijtihad, Remaja Masjid, Majelis Ta'lim, Kerapatan Adat Jorong, Kelompok Belajar Bidasari, Pekerja, listrik dan pemeliharaan, dan cadangan. Tidak hanya itu, terdapat pula kerjasama yang menghasilkan kesepakatan tentang perekrutan pekerja. Bahwa yang memiliki hak untuk menjadi petugas Banto Royo adalah masyarakat Tilatang Kamang. Kerjasama yang sangat tampak sekali adalah gotong royong yang dilakukan dalam pembangunan Banto Royo ini.

Selain untuk kepentingan umum diatas, keberadaan objek wisata Banto Royo masih bisa untuk lebih dioptimalkan oleh masyarakat sekitar dalam menambah pendapatan masyarakat Tilatang Kamang, seperti:

1. Melakukan produksi hasil-hasil kerajinan tangan/souvenir yang bisa menjadi buah tangan bagi wisatawan.

Kerajinan/souvenir menjadi paket pelengkap dalam sebuah wisata, karena setiap wisatawan yang datang umumnya mencari oleh-oleh yang menjadi ciri khas suatu objek wisata. Berdasarkan observasi dilapangan, tim peneliti belum melihat hasil-hasil kerajinan/souvenir khas Banto Royo.

2. Mengoptimalkan *foodcourt* sekitar kawasan wisata Banto Royo untuk berjualan. Pihak manajemen Banto Royo sudah menyiapkan tempat khusus untuk tempat berjualan bagi masyarakat (*foodcourt*). Lokasi nya ada yang berada didalam kawasan Banto Royo dan ada juga yang berada diluar kawasan Banto Royo. Masyarakat bisa memanfaatkan tempat ini sebagai lahan untuk berjualan aneka usaha.
3. Menyiapkan lahan parkir warga untuk kendaraan wisatawan, khususnya saat libur. Pada momen libur, biasanya pengunjung Banto Royo mengalami peningkatan yang signifikan. Kendaraan pengunjung sangat banyak masuk ke wilayah Tilatang Kamang. Sehingga masyarakat setempat bisa memanfaatkan kesempatan ini untuk menyediakan lahan parkir.
4. Menawarkan jasa foto dan cetak foto bagi wisatawan. Umumnya para wisatawan tidak lupa untuk melakukan swa foto setiap melakukan perjalanan wisata, termasuk berwisata ke Banto Royo. Pengunjung sering ingin melihat langsung hasil foto nya dengan cara memprint. Hal ini disebabkan banyak spot-spot di Banto Royo yang *instagramable*. Ketika tim peneliti melakukan observasi, belum ditemukan jasa foto/print foto, namun masih dilakukan oleh pihak Banto Royo.
5. Melakukan pembinaan bagi UMKM sekitar Banto Royo yang bekerjasama dengan pemerintah, BUMN atau swasta, sehingga meningkatkan usaha UMKM sekitar. Pihak Banto Royo dan masyarakat sekitar bisa menjalin kersama dengan BUMN ataupun perusahaan swasta dalam melakukan pembinaan bagi UMKM sekitar. Sehingga dengan adanya pembinaan dari perusahaan akan membuat UMKM semakin tangguh dan mandiri.

Pengembangan usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM tentunya tidak terlepas dari inovasi dan agar terus berkembang. Inovasi dan kreatifitas mencakup semua bidang kehidupan manusia. Kewirausahaan tidak hanya terkait dengan kegiatan ekonomi yang tidak terjalin, tetapi juga terkait dengan keseluruhan sistemn kehidupan yang meliputi sosial, pendidikan, agama, teknologi, dan lain lain. Semua itu akan berdampak pada penguatan ekonomi masyarakat. Dengan adanya teori kreatif memberikan peluang bagi para pelaku wisata maupun pelaku usaha untuk berinovasi dan memanfaatkan *skill* mereka dalam mengembangkan suatu usaha di dalam pariwisata. Selain itu, kemajuan teknologi menjadi pendukung dalam mewujudkan kreatifitas dalam pengembangan dibidang sektor pariwisata. Oleh karena itu, dengan adanya Objek Wisata Banto Royo yang dikelola dengan optimal tidak hanya dapat memberikan omset yang menjanjikan bagi pengelola Banto Royo itu sendiri namun juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Kecamatan Tilatang Kamang tempat lokasi Objek Wisata Banto Royo berada.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penemuan yang diperoleh dari observasi peneliti dilapangan mengenai Objek Wisata Banto Royo yang berada di Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam yang belakangan ini belum optimal dikelola pasca Covid-19 melanda. Ada beberapa penemuan dilapangan yaitu infrastruktur yang belum perlu diperbaharui dan diperbaiki, ataupun pengelolaanya yang kurang memadai dikarenakan berkurangnya jumlah karyawan yang cukup signifikan, selain itu sistem manajemen masih bersifat tradisional. Kemudian Berdasarkan kondisi dan temuan di lapangan tersebut, maka tim peneliti melakukan analisis terhadap upaya mengoptimalkan objek wisata Bantoroyo untuk meningkatkan pendapatan, diantaranya dengan melakukan *even-even* di kawasan objek

wisata Banto Royo yang mengundang khalayak ramai, sehingga Banto Royo kembali dikenal oleh masyarakat luas. Meningkatkan promosi Banto Royo baik itu secara *online* maupun *offline*, seperti *website* dan media sosial. Menambah spot-spot baru yang dapat menambah daya tarik wisatawan. Memperbaiki infrastuktur yang sudah mengalami penurunan fungsi, sehingga menambah kenyamanan pengunjung. Menjalin kerjasama dengan berbagai *stakeholder*, sehingga dapat meningkatkan popularitas dan pengunjung Banto Royo. Melakukan program *capacity buliding* bagi seluruh karyawan secara berkala, sehingga meningkatkan performa Bantoroyo. Memilih duta Bantoroyo, baik itu tingkat sekolah, kampus maupun masyarakat yang dapat membantu promosi Banto Royo. Kemudian Keberadaan objek wisata Banto Royo bisa dioptimalkan oleh masyarakat sekitar dalam menambah pendapatan masyarakat Tilatang Kamang, seperti: melakukan produksi hasil-hasil kerajinan tangan/souvenir yang bisa menjadi buah tangan bagi wisatawan. Mengoptimalkan *foodcourt* sekitar kawasan wisata Banto Royo untuk berjualan. Menyiapkan lahan parkir warga untuk kendaraan wisatawan, khususnya saat libur. Menawarkan jasa foto dan cetak foto bagi wisatawan. Melakukan pembinaan bagi UMKM sekitar Banto Royo dengan bekerjasama dengan pemerintah, BUMN atau swasta sehingga meningkatkan usaha UMKM sekitar.

Referensi :

- Bakaruddin. 2011. Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisata. Padang: UNP Press.
- Maleong M.A. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdaka Karya.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Jepriyus. 2017. "Upaya Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Guruh Gemurai oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi. Jurnal JOM Fisip, 4(2)
- Sahwinda, Rosa. 2016. "Pengembangan Fasilitas di Objek Wisata Air Terjun Guruh Gemurai Kabupaten Kuantan Singingi. Jurnal JOM Fisip, 3(2)
- Saputro.2017. "Strategi Pengelolaan Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang". Journal of Public Policy and Management Review, 3(4).
- Soewarni, I., Sari, N., Santosa, E. B., & Gai, A. M. (2019). Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulungrejo, Kecamatan Bumiaji – Kota Batu. Jurnal Planoearth.
- Andyta, W. (2013). analisis optimalisasi penerimaan daerah sektor pariwisata untuk meningkatkan pendapatan asli daerah kota semarang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis.
- Khairunnisa, R. E. (2015). "Analisis Pengaruh Jumlah Objek Wisata, Jumlah Kunjungan Wisatawan, dan Pendapatan Perkapita Terhadap Pendapatan Retribusi Objek Pariwisata di Kabupaten Lombok Timur." Skripsi.
- Pleanggra, F., & Yusuf, E. A. (2012). Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Wisatawan Dan kapita Terhadap Pendapatan Retribusi Obyek Pariwisata 35 Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Wahyuni, S (2008). Kontribusi Pariwisata di Kecamatan Tanjungsari Terhadap Pdrb, Pad, Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja Bagi Masyarakat Sekitar. Tesis. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Widiastuti, N. K. (2013). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Kinerja Keuangan Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 2(05).
- Song H, Dwyer L, Li G, CAO Z. (2012). Tourism Economics Research: A Review and Assessment. Annals of Tourism Research, 39 (3), pp. 1653- 1682.
- Rochman, N. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Equilibria Pendidikan, 1(1), 27-39.

- Sari, D. K. (2011). Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2-87.
- Tangkere, E. G., & Sondak, L. W. T. (2017). Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 13(1), 35- 46.
- Widyarini, I. G. A., & Sunarta, I. N. (2019). Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6 (2), 217