



**EVALUASI SIKLUS KEHIDUPAN PARIWISATA PADA MIFAN
WATERPARK AND RESORT PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:

SHOVI FITRIA
NIM.2130406026

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shovi Fitria
NIM : 2130406026
Program Studi : Pariwisata Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Evaluasi Siklus Kehidupan Pariwisata Pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang”, adalah hasil karya sendiri bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan



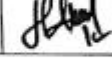


Shovi Fitria
NIM 2130406026

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ditulis oleh Shovi Fitria, NIM: 2130406026 Program Studi Pariwisata Syariah yang berjudul "Evaluasi Siklus Kehidupan Pariwisata Pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang" telah diujikan dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Selasa Tanggal 03 Februari 2025 dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Strata Satu (S1) dalam Program Studi Pariwisata Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Keterangan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP NIP. 197310072002121001	Ketua Sidang/ Pembimbing		12 / 25
2	Harry Yulianda, M.M.Par NIP. 198807132019031005	Penguji I		4/2-25
3	Febria Rahim, ME. NIP. 198902222023212045	Penguji II		7/2-2025

Batusangkar, Februari 2025
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama: Shovi Fitria, NIM 2130406026 dengan judul: "Evaluasi Siklus Kehidupan Pariwisata Pada Mifan *Waterpark And Resort Padang Panjang*". Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke tahap sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Ketua Program Studi
Pariwisata Syariah



Siska Febrianti, S.Pd., M.Pd.E
NRK. 201702012018

Batusangkar, Desember 2024
Pembimbing



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP.:19731007 2002121 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP.:19731007 2002121 001

ABSTRAK

SHOVI FITRIA. NIM: 2130406026. Judul Skripsi: “**Evaluasi Siklus Kehidupan Pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang**” Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah menurunnya Tingkat kunjungan pada mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui siklus kehidupan pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan analisis kualitatif dan mengambil Lokasi di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang. Instrumen penelitian pada penelitian ini adalah berupa *Handphone* digunakan sebagai alat perekam suara dari informan dan pengumpulan data apabila tidak tercatat semuanya oleh peneliti, sedangkan buku catatan, pena, dan pensil digunakan untuk mencatat informasi yang didapatkan dari informan. Sumber data dalam penelitian ini adalah Direktur Mifan, Sales Marketing, dan pedagang yang berada di mifan *waterpark and resort* Padang Panjang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi serta Teknik mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Dari Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan, siklus kehidupan Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang Pada tahun pertama berdiri, mifan tidak melewati fase Exploration dan Involvement dan mifan sudah berada pada fase Development phase (pengembangan) Hingga tahun 2016, pada fase ini sudah mulai masuk investor dari luar, pasar wisata relatif terpola dan cenderung bersifat massal (Mass Tourism), mulai beragamnya atraksi. Pada tahun 2017 hingga 2020 Mifan berada pada fase *Consolidation*. Pada tahun 2020 hingga sekarang mifan berada pada tahap stagnation menuju rejuvenation

ABSTRACT

SHOVI FITRIA. NIM: 2130406026. Thesis Title: **“Life Cycle Evaluation at Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang”** Sharia Tourism Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

The subject matter in this thesis is the decline in the level of visits to the mifan waterpark and resort Padang Panjang, the purpose of this study is to determine the life cycle of Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang.

This research is descriptive research with qualitative analysis and takes place at Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang. The research instrument in this research is a cellphone used as a voice recorder from informants and data collection if not all are recorded by researchers, while notebooks, pens, and pencils are used to record information obtained from informants. The data sources in this study are the Director of Mifan, Sales Marketing, and traders who are in the mifan waterpark and resort Padang Panjang. The data collection techniques used are interviews and documentation and techniques to check the validity of the data, researchers use source triangulation.

From the results of interviews that have been conducted with informants, the life cycle of Mifan Waterpark and resort Padang Panjang In the first year of its establishment, mifan did not pass the Exploration and Involvement phases and mifan was already in the Development phase (development) Until 2016, in the first year of its establishment, mifan did not pass the Exploration phase.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Pertanyaan Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian	6
F. Definisi Istilah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Relevan.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	23
C. Instrumen Penelitian.....	24
D. Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisa Data.....	26
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Deskripsi Data.....	29

B. Temuan.....	31
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Implikasi.....	75
C. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Jumlah pengunjung yang berkunjung ke Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang	3
Tabel 3. 1 <i>Schedule</i> penelitian	24
Tabel 4. 1Ceklis Observasi	31
Tabel 4. 2 Jumlah Pengunjung Mifan <i>Waterpark and Resort</i> Padang Panjang	39
Tabel 4. 3 Ceklis Observasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ilustrasi <i>Tourism Area Life Cycle</i>	4
Gambar 2. 1 Ilustrasi <i>Tourism Area Life Cycle</i>	20
Gambar 4. 1 Perosotan	35
Gambar 4. 2 Kolam Ombak	35
Gambar 4. 3 wahana permainan.....	36
Gambar 4. 4 Wahana Permainan.....	36
Gambar 4. 5 Wahana Permainan.....	36
Gambar 4. 6 Wahana Permainan.....	36
Gambar 4. 7 Jalan.....	37
Gambar 4. 8 Jalan.....	37
Gambar 4. 9 Warung	38
Gambar 4. 10 Toko Jajanan	38
Gambar 4. 11 Resto.....	38
Gambar 4. 12 Cottage	38
Gambar 4. 13 Penginapan	39
Gambar 4. 14 Perosotan	59
Gambar 4. 15 Kolam Ombak	59
Gambar 4. 16 wahana permainan.....	59
Gambar 4. 17 Wahana Permainan.....	60
Gambar 4. 18 Wahana Permainan.....	60
Gambar 4. 19 Wahana Permainan.....	60
Gambar 4. 20 Jalan.....	61
Gambar 4. 21 Jalan.....	61
Gambar 4. 22 Warung	61
Gambar 4. 23 Toko Jajanan	62
Gambar 4. 24 Resto.....	62
Gambar 4. 25 Cottage	62
Gambar 4. 26 Penginapan	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UU No. 10 Tahun 2009 menjelaskan bahwa pariwisata merupakan seluruh aktivitas wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Menurut Prof. Salah Wahab di dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata yang di tulis oleh ketut suwena dan Gusti Ngurah Widyatmaja, pariwisata adalah aktifitas yang dilakukan dalam keadaan sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara (luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu), sebuah negara untuk sementara waktu guna untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan aktivitas kesehariannya dimana ia memperoleh pekerjaan. (Suwena & Widyatmaja, 2010)

Indonesia merupakan negara kepulauan yang penghasilan terbesarnya berasal dari sektor pariwisata. Indonesia kaya akan sumber daya alam dan memiliki budaya beragam, yang menjadi modal usaha di bidang pariwisata, sumber daya alam dengan keindahannya, sumber daya buatan, beragam budaya dan kuliner. Sektor pariwisata memiliki potensi yang bisa dikembangkan sebagai sumber pendapatan daerah.(Dwi W. & Subekti N., 2017)

Sektor pariwisata masih menjadi sektor prioritas bagi pemerintah karena dinilai dapat mendongkrak pergerakan perekonomian bangsa. Pengelolaan pariwisata terus dikembangkan oleh pemerintah melalui berbagai kebijakan dilakukan pemerintah untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia. Perkembangan pariwisata Indonesia diprediksi akan terus meningkat, ini dapat dipengaruhi oleh berbagai kekayaan sumber daya yang dimiliki oleh Indonesia. Indonesia memiliki beragam suku, budaya, ras, agama dan berbagai macam keindahan alam yang di jumpai (Elistia, 2020).

Di Indonesia banyak wisata buatan yang diciptakan dan diperkenalkan untuk mengembangkan objek wisata alam yang sudah ada sejak lama dan salah satunya seperti membangun taman rekreasi. Desain dan struktur wisata buatan sangat di pengaruhi oleh kreatifitas dan aktivitas manusia. Bentuk wisata buatan ini dapat berbentuk tempat ibadah, museum dan tujuan wisata buatan seperti Disneyland, taman rekreasi dan lain lain (Nasrullah et al., 2023)

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang ada di indonesia yang memiliki destinasi wisata tersebar di kabupaten atau kota dengan beragam daya tarik yang di miliki. Sumatera barat kaya akan sumber daya alam dengan keindahannya. Sumatera barat juga dikenal dengan beragam kebudayaan, adat istiadat, dan kuliner khas setiap daerahnya. Sebagai provinsi yang terletak di sisi barat Pulau Sumatera, Sumatera Barat memiliki pariwisata yang sangat lengkap mulai dari wisata alam, wisata bahari, wisata budaya, sampai ke wisata buatan (Zaky & Lubis, 2020).

Padang Panjang termasuk kota terkecil di Sumatera Barat memiliki letak yang strategis sebagai lintas regional antara kota Padang Panjang dengan Bukittinggi, Kabupaten Tanah Datar, dan Kabupaten Solok. Kota Padang Panjang memiliki letak strategis sebagai kota persinggahan, dalam meningkatkan pendapatan daerah, pemerintahan kota Padang Panjang menjadikan kota Padang Panjang sebagi pusat perdagangan dan jasa. Kota Padang Panjang juga memiliki potensi di bidang pariwisata, salah satu kawasan rekreasi keluarga yang terletak di Padang Panjang biasa di kenal dengan MiFan (Minang Fantasi) *Waterpark*.

MiFan (Minang Fantasi) *Waterpark* salah satu Industri yang bergerak di bidang pariwisata dibangun pada pertengahan tahun 2006 dan mulai dibuka untuk umum pada Juli 2008 yang dikelola oleh PT. Niagara *Fantasy*. Mifan memfasilitasi wisatawan yang datang dengan beberapa wahana permainan dan penginapan, penginapan yang bertemakan budaya Minang Kabau. Mifan pastinya memperhatikan kepuasan pengunjung supaya

terciptanya loyalitas pada pelanggan. Destinasi wisata ini ramai dikunjungi pada waktu liburan dan hari-hari besar. (Zelmiati, 2017)

Mifan merupakan salah satu destinasi wisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan perjalanan. Seperti penyediaan penginapan, wahana permainan, restaurant, mini market dan fasilitas lainnya, ini dapat menjadi alasan wisatawan memilih mifan sebagai tujuan wisata untuk menikmati hari libur dan menghabiskan waktu dengan keluarga. Berikut data jumlah pengunjung yang datang ke mifan.

Tabel 1. 1Jumlah pengunjung yang berkunjung ke Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	162.833
2	2019	194.053
3	2020	137.605
4	2021	59.762
5	2022	57.389

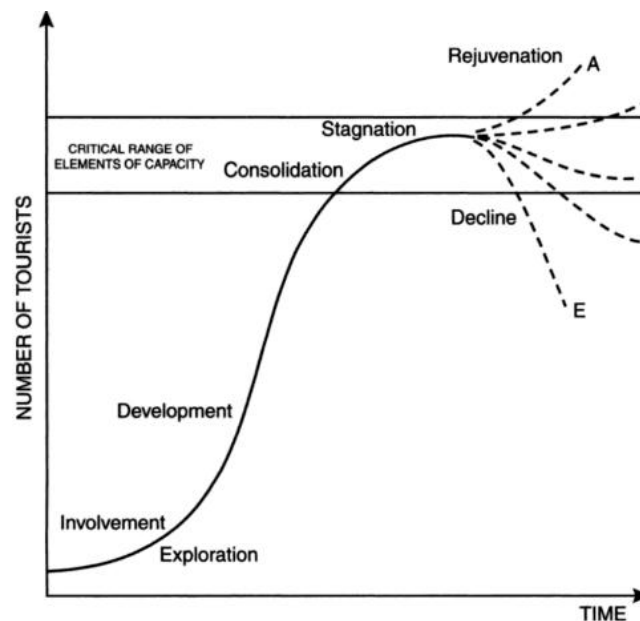
Sumber: dinas pemuda dan olahraga, dan pariwisata padang panjang 2023 (Purnama & Rahmidani, 2023)

Data kunjungan di atas menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung; pada tahun 2018 hingga 2019 terjadi peningkatan jumlah kunjungan, namun pada tahun 2019 hingga 2020 terjadi penurunan hingga mencapai 77.843 pengunjung. Pada tahun 2021 hingga 2022 juga terjadi penurunan hingga mencapai 2.373 pengunjung.

Dari hasil observasi awal yang telah dilakukan mifan merasakan penurunan jumlah kunjungan saat adanya Covid 19, covid 19 merupakan salah satu penyebab terjadinya penurunan Tingkat kunjungan di Mifan *Waterpark And Resort* Padang Panjang. Saat itu yang berkunjung ke mifan mulai menurun, sebelum adanya covid jumlah kunjungan mifan sudah mulai naik turun seperti yang terlihat pada data kunjungan pada table 1.1 saat tahun 2018 ke tahun 2019 jumlah kunjungan mifan naik dari 162.833 ke 194.053 dan pada tahun 2019 ke tahun 2020 menurun dari 194.053 ke 137.605,

terdapat kecenderungan naik-turun jumlah wisatawan yang mengunjungi Mifan Waterpark, yang dapat menjadi indikator perubahan dalam siklus kehidupan pariwisata.

Setiap destinasi wisata mengalami perubahan seiring waktu yang dapat dipahami melalui konsep *Tourism Area Life Cycle* (TALC) yang diperkenalkan oleh Butler (1980). Model ini menjelaskan bahwa destinasi wisata berkembang melalui beberapa tahapan, yaitu eksplorasi, keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, dan akhirnya mengalami penurunan atau peremajaan. Evaluasi terhadap tahapan dalam siklus ini menjadi penting untuk menentukan kebijakan yang tepat dalam pengelolaan suatu destinasi.



Gambar 1. 1Ilustrasi *Tourism Area Life Cycle*

Pada tahap eksplorasi, suatu daerah mulai menarik wisatawan dengan daya tarik alaminya tanpa adanya intervensi besar dari pemerintah atau pelaku industri. Ketika semakin banyak wisatawan yang datang, tahap keterlibatan pun dimulai, di mana masyarakat lokal mulai berpartisipasi dalam penyediaan layanan pariwisata. Tahap pengembangan ditandai dengan meningkatnya investasi infrastruktur, promosi, dan perhatian pemerintah atau sektor swasta terhadap pengelolaan pariwisata (Damanik et al., 2018).

Namun, seiring bertambahnya jumlah wisatawan, muncul berbagai tantangan yang dapat mengarah pada tahap konsolidasi dan stagnasi. Beberapa destinasi mengalami penurunan daya tarik akibat over-tourism, degradasi lingkungan, dan kurangnya inovasi dalam produk wisata. Apabila tidak dikelola dengan baik, destinasi dapat mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan dan kehilangan daya saingnya (Setiawan, 2021).

Mifan memiliki potensi untuk dikembangkan, memiliki daya Tarik tersendiri, mifan memiliki keunikan dari segi penginapan yang bernuansa minang kabau. Dalam konteks ini, evaluasi terhadap siklus kehidupan pariwisata suatu destinasi menjadi krusial untuk memahami posisi destinasi tersebut dalam model TALC. Dengan demikian, pihak terkait dapat menyusun strategi yang tepat guna menghindari dampak negatif dari stagnasi dan penurunan, serta mendorong revitalisasi melalui inovasi dan pengelolaan yang lebih berkelanjutan.

Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengkaji tentang **“EVALUASI SIKLUS KEHIDUPAN PARIWISATA PADA MIFAN WATERPARK PADANG PANJANG”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, fokus penelitian yang akan penulis ambil adalah **“Evaluasi Siklus Kehidupan Pariwisata Pada Mifan *Waterpark and Resort Padang Panjang*”**

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, agar pembahasan tidak melebar kemana-mana, maka dari itu dirumuskan permasalahan yaitu; Bagaimana Evaluasi Siklus Kehidupan Pariwisata Mifan *Waterpark and Resort Padang Panjang* Berdasarkan 7 Fase siklus hidup yang dikemukakan oleh Butler *Exploration* (penemuan), Ada tahap keterlibatan (pelibatan), tahap pengembangan (pengembangan), tahap konsolidasi (konsolidasi), tahap

stagnasi (stagnasi), tahap penurunan (penurunan), dan tahap pemulihan (peremajaan). ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian yang disebutkan sebelumnya Siklus Kehidupan Pariwisata Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang Berdasarkan 7 Fase siklus hidup yang dikemukakan oleh Butler .

E. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat dan luaran penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu :

a. Secara teoritis

- 1) Dengan menggunakan teori siklus hidup pariwisata, penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami siklus hidup pariwisata Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi penelitian dan referensi akademis serta memberikan wawasan tambahan bagi penulis dan masyarakat umum yang membutuhkan informasi tentang siklus hidup pariwisata.

b. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh pengelola sebuah industri pariwisata dan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar destinasi wisata
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sebuah acuan untuk perkembangan sebuah destinasi wisata di suatu daerah

2. Luaran Penelitian

Peneliti berharap temuannya dapat dimuat dalam suatu publikasi dan menambah khazanah perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Istilah

Memahami judul skripsi merupakan tujuan dari definisi istilah, oleh karena itu diperlukan penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam judul skripsi sebagai berikut.

Salah satu hipotesis yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami proses pengembangan pariwisata adalah *Tourism Area Life Cycle* (TALC), kadang-kadang dikenal sebagai *Tourism Life Cycle*. Menurut hipotesis siklus hidup wisata yang disebut juga dengan *Tourism Area Life Cycle* (TALC), pada dasarnya ada tujuh (tujuh) tahap perkembangan yang dilalui industri pariwisata: eksplorasi, keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, penurunan, dan peremajaan. Daur hidup kawasan pariwisata (TALC) merupakan jalur atau siklus hidup yang diikuti suatu destinasi wisata seiring berkembangnya.

Setiap destinasi wisata mengalami perubahan secara berkala, dan tahapan siklus hidup pariwisata suatu destinasi mulai dari tahap penemuan hingga penurunan dan peremajaan suatu destinasi wisata bergantung pada pengelolaan dan pengembangan. Faktor keberlanjutan suatu destinasi mempunyai dampak langsung pada transisi dari satu fase ke fase berikutnya. Siklus hidup di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang dapat dikaji dengan menggunakan teori siklus hidup pariwisata (*Tourism Area Life Cycle*).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Kata "pariwisata" berasal dari bahasa Sanskerta dan terdiri dari dua suku kata: "pari" yang berarti penuh dan "pariwisata" yang berarti perjalanan. Oleh karena itu, segala fenomena dan keterkaitan yang timbul dari suatu perjalanan atau persinggahan yang dilakukan oleh seseorang yang mempunyai tujuan yang sama dapat dianggap sebagai bagian dari pariwisata.

Pariwisata berasal dari kata "pari" dan "wisata" yang masing-masing berarti "berkali-kali, berulang-ulang" dan "perjalanan" atau "perjalanan". Singkatnya, pariwisata adalah praktik perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain secara teratur (Purnomo et al., 2019)

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata mencakup segala kegiatan multidisiplin yang berkaitan dengan pariwisata yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap individu dan bangsa, serta interaksi antara pengunjung, pemerintah daerah, dan pengusaha. (Peraturan Pemerintah RI, 2009).

Segala tindakan yang berkaitan dengan perpindahan individu untuk sementara waktu ke lokasi selain tempat kerja dan tempat tinggalnya serta terlibat dalam aktivitas komersial, rekreasi, dan aktivitas sementara lainnya yang mereka lakukan sendiri atau bersama orang lain dalam upaya menghibur diri secara kolektif disebut sebagai pariwisata. atau relaksasi untuk menghidupkan kembali energi fisik dan mental dengan memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan. (Rojabi et al., 2023)

Hunziaker dan Krapf mendefinisikan pariwisata sebagai jaringan dan aktivitas apa pun yang berkaitan dengan kunjungan orang asing di suatu lokasi, selama mereka tidak berada di sana untuk melakukan pekerjaan yang dapat memberikan manfaat jangka pendek atau jangka

panjang. Berpergian untuk melihat pemandangan dan aktivitas yang paling ramah lingkungan dikenal dengan istilah pariwisata. Karena industri pariwisata tidak mencemari lingkungan atau menimbulkan kerusakan lingkungan, maka saat ini menjadi fenomena yang populer untuk dikembangkan sebagai penghasil devisa nonmigas. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan menjelaskan bahwa :

- a. Wisata adalah kegiatan dalam melakukan kunjungan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi , pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat atau wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah.
- d. Kepariwisata adalah rangkaian dari keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggara pariwisata.

Dari beberapa penjelasan mengenai pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang meliputi sebuah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal ke daerah tujuan wisata, yang bersifat sementara waktu dengan tujuan di luar mencari nafkah melainkan untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

a. Komponen Pariwisata

Pengembangan pariwisata melibatkan beberapa komponen utama. Menurut Cooper (dalam (Febrina et al., 2015)) Komponen tersebut meliputi 6A (*Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Akomodasi, Aktivitas, dan Anselery*).

1) *Attraction* (Atraksi)

Daya tarik adalah segala sesuatu yang mempunyai potensi menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu lokasi tertentu. Hal pertama yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat adalah daya tariknya. Sumber daya alam, seperti keindahan dan atribut fisik yang melekat pada kawasan tersebut, dapat menjadi dasar atraksi. Selain itu, benda atau bangunan bersejarah seperti rumah tradisional dapat menarik wisatawan dengan atraksi budayanya. Hampir setiap lokasi memiliki keunikan daya tarik yang membedakannya dengan lokasi lainnya.

2) *Accessibility* (Akses)

Layanan termasuk transportasi lokal dan penyewaan mobil, rute atau pola perjalanan, dan aksesibilitas, dan infrastruktur lainnya semuanya termasuk dalam aksesibilitas yang dibutuhkan pengunjung untuk mencapai objek wisata mereka. Intensitas suatu daya tarik wisata atau jarak yang dapat ditempuh pengunjung disebut dengan aksesibilitas. Sarana aksesibilitas

meliputi jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat. Bagaimana seseorang berpindah dari titik asal ke tujuannya dikenal sebagai akses. Apakah mengaksesnya sederhana atau rumit.

3) *Amenity* (Fasilitas Pendukung)

Wisatawan di kawasan wisata memerlukan berbagai fasilitas penunjang yang disebut dengan *facility*. Berbagai macam akomodasi Alternatif makanan dan minuman, pilihan hiburan, belanja, dan layanan lain seperti perbankan, rumah sakit, keamanan, dan asuransi semuanya dianggap sebagai fasilitas untuk memenuhi permintaan wisatawan. Fasilitas dan layanan lain yang tersedia di sana antara lain biro perjalanan, restoran, toko yang menjual kerajinan tangan dan cinderamata, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran mata uang, kantor pariwisata, rumah sakit, pub, dan salon kecantikan. Meskipun fasilitas berbeda dari satu lokasi ke lokasi lain, semuanya dilengkapi untuk memenuhi kebutuhan pengunjung berdasarkan karakteristik daerah tersebut.

4) *Accommodation* (Akomodasi)

Salah satu definisi akomodasi adalah penginapan, yang tentunya berbeda-beda tergantung lokasinya. Bentuk penginapan yang terkenal adalah hotel dengan berbagai fasilitasnya. Akomodasi di destinasi wisata berbeda dengan akomodasi di tempat lain.

5) *Activities* (Aktivitas)

Aktivitas berhubungan dengan kegiatan yang berlangsung di sebuah lokasi wisata dan memberikan pengalaman kepada tamu. Cara lain untuk bersenang-senang dan memanfaatkan fasilitas di kawasan wisata dengan aman adalah dengan berpartisipasi dalam kegiatan. Ada banyak aktivitas berbeda yang

tersedia tergantung pada fitur tempat wisata tersebut, yang dapat menarik wisatawan ke sana.

6) *Ancellery* (Layanan Pendukung)

Layanan tambahan adalah layanan yang ditawarkan oleh pemerintah daerah, organisasi, atau pengelola destinasi wisata untuk membantu mengatur kegiatan pariwisata. Organisasi pemerintah, asosiasi perjalanan, operator tur, dan lain-lain merupakan contoh bisnis tambahan yang mengawasi lokasi wisata. Dalam situasi ini, organisasi tersebut mungkin menerima bantuan dari pemerintah atau lembaga lain untuk melakukan kegiatan terkait pariwisata. Tentu saja, hal ini juga berlaku untuk suatu destinasi, karena kebijakan pemerintah pusat dan daerah mendukung pertumbuhan industri terkait pariwisata (Meutuah et al., 2022).

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut (Nasrullah et al., 2023) secara umum Jenis-jenis pariwisata terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

a. Wisata Budaya

Beberapa faktor yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata budaya yaitu adat istiadat, ritual, agama, gaya hidup masyarakat setempat, sesuatu yang berkaitan dengan sejarah, produk seni kerajinan dan faktor sejenis lainnya yang berhubungan dengan budaya. Kebudayaan merupakan suatu konsep komprehensif yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, moral, hukum, adat istiadat, dan sumber daya lain yang tersedia bagi setiap orang sebagai anggota masyarakat.

Dapat di simpulkan bahwa wisata budaya merupakan jenis wisata yang berfokus pada pengenalan pengalaman tentang

budaya, tradisi, seni, sejarah dan kehidupan masyarakat suatu daerah atau negara. Dalam wisata budaya, pengunjung biasanya diajak untuk mengenal lebih dekat warisan budaya, seperti, bangunan bersejarah, tarian, musik, hingga makanan khas yang menjadi bagian dari identitas suatu tempat.

Wisata budaya ini memiliki tujuan untuk menambah atau memperkaya pengetahuan pengunjung tentang keanekaragaman budaya yang ada. Selain itu wisata budaya juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dalam hal pelestarian budaya dan peningkatan ekonomi melalui pariwisata

Pengertian produk budaya khususnya yang berkaitan dengan warisan budaya menurut UNESCO adalah

- 1) Produk budaya yang berwujud yang merupakan warisan artefak fisik dan atribut tak berwujud dari kelompok masyarakat yang diwarisi dari generasi masa lalu dan dipertahankan saat ini. Bentuk produk wisata budaya yang berwujud adalah:
 - a) Warisan budaya bergerak (Movable culture heritage), seperti lukisan, patung, manuskrip dan lain-lain
 - b) Warisan budaya tak bergerak (Immovable culture heritage) seperti monumen, situs arkeologis, bangunan bersejarah dan lain-lain
 - c) Warisan budaya bawah laut (underwater cultural heritage), seperti karam, situs reruntuhan kota bawah laut dan lain-lain
- 2) Produk budaya tak terlihat wujud fisik atau warisan budaya yang tak berwujud fisiknya yang dipahami sebagai praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan atau keterampilan, serta instrumen, benda, artefak dan ruang budaya yang dianggap sebagai bagian dari warisan budaya suatu tempat. Budaya tak berbentuk ini diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan terus dilestikan oleh masyarakat umum dan

komunitas lokal sebagai respons terhadap permasalahan lingkungan dan interaksi dengan bahasalokal dan tradisi agama. Produk warisan budaya tak berwujud fisik meliputi : pengetahuan dan praktik tentang alam dan alam semesta, ritual dan festival, tradisi an ekspresi lisan, seni drama, praktik sosial, ritual dan festival serta keterampilan tradisional.

b. Wisat Alam

Menurut Suwanto;2004 dalam (Nasrullah et al., 2023) wisata alam merupakan jenis wisata yang memiliki daya tarik atau memiliki potensi sumber daya alam sebagai daya tarik wisata, serta pengelolaan lingkungan hidup. Wisata alam memiliki sumber daya alam yang menjadi daya tarik langsung dari alam sekitar. Wisata alam bisa dijadikan sebagai wisata yang dapat menumbuhkan kecintaan seseorang terhadap alam. Wisata alam adalah kegiatan hiburan dan pariwisata yang memanfaatkan lukisan alam yang masih utuh atau alami atau telah di transformasikan untuk menciptakan daya tarik wisata bagi tujuan wisata.

Rahardjo:2002 dalam (Nasrullah et al., 2023) mengemukakan bahwa wisata alam mempunyai beberapa prinsip diantaranya:

- 1) Toleran terhadap ketidaknyamanan
- 2) Berinteraksi dengan alam
- 3) Wisata alam bukan mass tourism
- 4) Lebih mengutamakan pengalaman dari pada kenyamanan
- 5) Pengalaman yang bermanfaat secara pribadi dan sosial
- 6) Partisipasi aktif
- 7) Adaptif dengan kondisi akoodasi pedesaan
- 8) Mencar tantangan fisik dan mental
- 9) Interaksi dengan masyarakat dan belajar budaya setempat

c. Wisata Buatan

Di Indonesia banyak berkembang dan bermunculan objek wisata buatan untuk melengkapi objek wisata alam yang sudah lama menjadi andalan. Dalam sebuah taman rekreasi. Sujali:1989 dalam (Nasrullah et al., 2023), mengemukakan bahwa wujud dan bentuk objek wisata buatan cukup dipengaruhi oleh kegiatan dan kreativitas manusia serta bentuknya sangat bergantung pada produktivitas manusia. Wujudnya dapat berupa tempat ibadah, museum, dan kawasan wisata yang dibangun, seperti Universal Studios, Disneyland, dan lain-lain. Segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada daerah wisata, salah satunya adalah buatan manusia (man made). Buatan manusia merupakan segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dapat dijadikan objek wisata, seperti kebudayaan, bendabenda sejarah, tata cara manusia, dan religi.

2. Siklus Hidup (*Tourism Area Life Cycle*)

Sebuah pariwisata memiliki arah tertentu atau bisa disebut dengan siklus hidup atau mengikuti arah kurva. Pola tujuan perkembangan sebuah pariwisata mengikuti apa yang terjadi didalamnya. Awalnya perkembangan suatu pariwisata berjalan lambat, diikuti dengan pertumbuhan yang sangat cepat, terus menjadi stabil dan akhirnya perkembangan menurun. TALC sangat penting bagi pertumbuhan pariwisata, khususnya dalam penciptaan tujuan atau atraksi wisata. Hal ini dapat menawarkan kerangka kerja yang jelas untuk mengelola suatu tujuan wisata (Darma et al., 2022)

Destinasi pariwisata senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu, serta tahapan dari siklus hidup pariwisata suatu destinasi tergantung kepada pengelolaan serta pengembangan dimulai dari tahap penemuan hingga penurunan serta peremajaan suatu destinasi wisata. Perpindahan dari satu tahap ke tahap selanjutnya pada suatu destinasi erat

kaitannya dengan faktor keberlanjutan dari destinasi tersebut. Teori siklus hidup pariwisata (*Tourist Area Life Cycle*) tersebut dapat digunakan dalam mengevaluasi siklus hidup pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang.

Teori TALC dapat membantu negara-negara berkembang yang aktif mengatur kehidupan perekonomiannya, seperti Indonesia. Pengembangan pariwisata di negara-negara berkembang yang memiliki potensi pariwisata merupakan suatu keharusan karena pariwisata merupakan salah satu faktor penentu kemajuan perekonomian suatu negara berkembang. Dalam teori *Tourism Area Life Cycle* dijelaskan bahwa salah satu komponen pariwisata yang mempengaruhi kinerja destinasi pariwisata adalah kondisi sarana dan prasarana. Kondisi infrastruktur dan fasilitas pariwisata yang buruk dan tidak dapat segera direnovasi membuat wisatawan enggan mengunjungi lokasi tersebut. Wisatawan akan meninggalkan tempat-tempat wisata tersebut, sehingga menyebabkan kerusakan dan tidak terpelihara, sehingga menimbulkan masalah ekonomi, masyarakat, dan lingkungan.

Dapat disimpulkan bahwa *Tourism Area Life Cycle*(TALC) merupakan sebuah teori yang digunakan dalam pengembangan sebuah destinasi wisata, yang menjelaskan tentang fase-fase kehidupan sebuah destinasi wisata mulai dari penemuan, pengembangan sampai penurunan.

a. Fase-Fase Siklus Hidup Pariwisata

Menurut Butler (2006), siklus hidup pariwisata dipecah menjadi tujuh tahapan, yang meliputi :

1) *Exploration* (penemuan).

Fase *exploration* merupakan fase penemuan suatu kawasan atau lokasi yang berpotensi untuk dijadikan objek wisata dan baru-baru ini ditemukan oleh wisatawan, pelaku wisata, dan pemerintah. Tahap identifikasi potensi wisata menunjukkan bahwa lokasi tersebut berpotensi untuk dijadikan tujuan wisata

karena didukung dengan keindahan alam yang masih alami sehingga daya tarik wisata alamnya masih memiliki keunikan tersendiri. Namun, jumlah wisatawan masih sedikit; mereka lebih memilih lokasi yang damai dan tidak tercemar, dan meskipun lokasi tersebut sulit dijangkau, hanya sedikit peminat yang mencari lokasi tersebut karena lokasi tersebut belum dipenuhi wisatawan. Kualitas-kualitas ini merupakan pembenaran yang cukup untuk mengubah suatu tempat menjadi tujuan wisata atau daya tarik wisata.

2) *Involvement phase (pelibatan)*

Semakin banyak masyarakat yang berkunjung, maka para pelaku wisata atau pengelola suatu destinasi atau kawasan wisata mulai membentuk organisasi yang mengikut sertakan seseorang dalam menjalankan objek wisata tersebut pada fase ini. Pada fase ini, suatu tempat ditandai dengan sudah mulainya masyarakat melakukan promosi dan diubah menjadi tujuan wisata. Pada tahap ini, para pelaku wisata mulai membangun infrastruktur, meski dalam skala kecil.

3) *Development phase (pengembangan)*

Pada tahap ini, industri pariwisata mulai berkembang secara metodis. Fasilitas yang ditawarkan mulai menyesuaikan dengan preferensi wisatawan, kawasan menjadi lebih terbuka secara fisik, periklanan (promosi) semakin intensif, dan atraksi buatan mulai diciptakan untuk melengkapi atraksi alam awal. Untuk menarik investor internasional dan mendorong mereka memilih destinasi yang sudah ditetapkan untuk investasi mereka, organisasi pariwisata mulai mengembangkan dan melaksanakan tugas mereka, khususnya tugas promosi, bekerja sama dengan pemerintah.

4) *Consolidation phase* (konsolidasi)

Industri pariwisata mendominasi struktur ekonomi kawasan selama periode ini, dan jaringan internasional menjadi semakin dominan di destinasi atau kawasan wisata tersebut. Kunjungan wisatawan terus meningkat dengan sangat positif. Untuk mengisi berbagai fasilitas yang telah dibangun, Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan, pada fase ini sudah mulai menurun peran jasa masyarakat.

5) *Stagnation phase* (stagnasi)

Daya dukung telah terlampaui karena sejumlah alasan selama fase ini, sehingga menimbulkan permasalahan pada perekonomian, masyarakat, dan lingkungan. Sektor industri mulai berupaya keras untuk mengisi fasilitasnya, khususnya untuk mengantisipasi konvensi/wisata bisnis dan pengunjung berulang. Promosi dijalankan dengan penuh semangat. Apalagi fasilitas dan atraksi yang ada saat ini mulai kehilangan kendali.

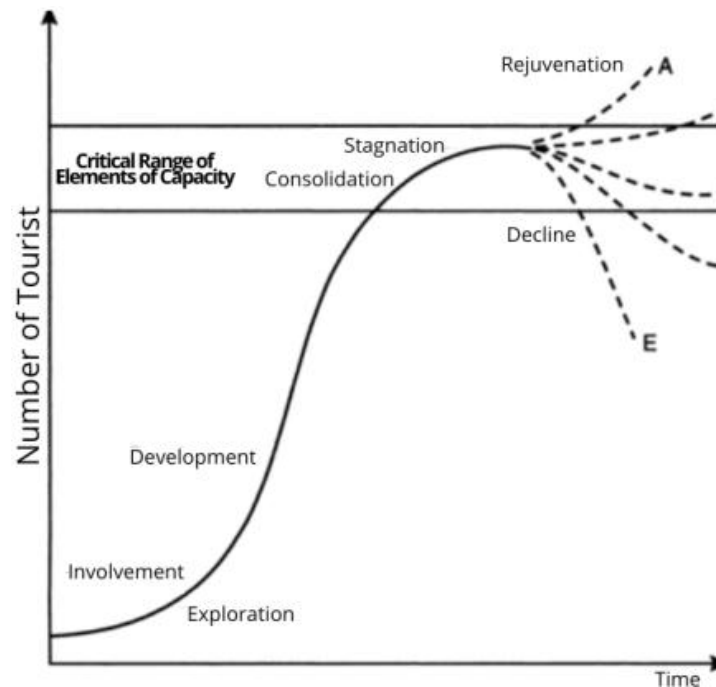
6) *Decline phase* (penurunan)

Pada tahap ini, pengunjung terutama yang hanya berkunjung pada akhir pekan menjadi tidak tertarik dengan tempat wisata yang ada saat ini dan mulai berpindah ke tempat wisata pesaing atau tempat wisata baru. Minat wisatawan terhadap tempat wisata semakin menurun akibat alih fungsi fasilitas pariwisata menjadi kegiatan non pariwisata. Harga-harga menurun seiring dengan memburuknya kondisi pasar, dan keterlibatan masyarakat lokal tidak lagi meningkat. Suatu destinasi mungkin kehilangan daya tariknya sebagai tujuan wisata atau menjadi kurang diminati (pariwisata menurun).

7) *Rejuvenation phase* (peremajaan)

Selama fase peremajaan, perubahan signifikan ke arah perbaikan atau peremajaan dapat terjadi (karena upaya banyak pihak). Inovasi dalam penciptaan barang-barang baru dan

eksplorasi atau pemanfaatan sumber daya alam dan budaya yang sampai sekarang belum tereksplorasi menjadi alasan terjadinya periode pembaharuan ini. Anda harus mempertimbangkan untuk mengubah penggunaan destinasi tersebut jika Anda ingin pariwisata tetap berjalan (Butler, 2006).



Gambar 2. 1 Ilustrasi *Tourism Area Life Cycle*

B. Penelitian Relevan

Sejumlah penelitian terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, menurut evaluasi penulis terhadap literatur. Penjelasan mengenai permasalahan penelitian yang sedang penulis teliti sehubungan dengan penelitian terdahulu sangat diperlukan karena tujuan penelitian ini adalah untuk mencegah plagiarisme dan tidak ada kesejajaran pembahasan dengan penelitian lain. Ini adalah sebagai berikut :

1. Pepy Afrilian (2022). *Recovery Of Indonesian Tourism In The Covid-19 Period Through Tourism Village Approach Tourism Area Life Cycle (Kubu Gadang Village Case Study)*. *Journal of Global Tourism and Technology Research*. Volume.3. Permasalahan yang Pepy Afrilian teliti adalah mengenai posisi desa wisata Kubu Gadang berdasarkan siklus

hidup pariwisata dan di dalam artikel jurnal ini juga mengkaji tentang bagaimana strategi pemulihan yang relevan dengan memperhatikan kondisi internal serta eksternal pada Kubu Gadang.

2. Galih Alco Pranata dan Hertiaridajati (2018). **Konsep *Tourism Area Life Cycle* dalam Mengidentifikasi Karakteristik Taman Wisata di Bataran Sungai Kalimas Surabaya.** Jural Teknik ITS Vol. 7 Menemukan ciri-ciri taman wisata Kalimas berdasarkan siklus hidupnya menjadi permasalahan yang diteliti oleh Galih Alco Pranata dan Hertiaridajati. Penelitian ini membandingkan kondisi lapangan dengan kriteria tahapan yang diperoleh dari siklus hidup pariwisata.
3. Janianton Damanik, Ani Wijayanti, dan Awaludin Nugraha (2018). **Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata di Indonesia.** Jurnal Nasional Pariwisata Vol. 10. Untuk menentukan bagaimana siklus pengembangan setiap destinasi berubah dan penyebab yang diduga, Janianton dkk. menyelidiki permasalahan bahwa perkembangan destinasi antar daerah diperkirakan tidak akan berjalan linier karena kekhasan daerah itu sendiri. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dinamika pertumbuhan destinasi wisata berbasis provinsi pada tahun 2002 hingga tahun 2012. Dasar pemikiran penelitian ini adalah, selama lima hingga sepuluh tahun terakhir, terjadi pasang surut pertumbuhan ekonomi. siklus hidup wisatawan provinsi. Memotret siklus hidup destinasi berdasarkan lokus provinsi merupakan salah satu keterbatasan pendekatan TALC yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Gesti Mutiara Dewi dan Ema Umilia (2018). **Arahan Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Adaptasi Teori Siklus Hidup Pariwisata di Kabupaten Ponorogo.** Jurnal Teknik ITS Vol. 7, No. 2. Permasalahan yang diteliti berkaitan dengan belum meratanya perkembangan pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Aksesibilitas, promosi, dan volume pengunjung menjadi penyebab utama permasalahan ini. Dengan memodifikasi teori siklus hidup pariwisata dan menciptakan arah pengembangan, kajian Gesti dan Ema mencoba mengkaji fase-fase pengembangan pariwisata

Kabupaten Ponorogo. Penelitian tersebut menunjukkan jalur terbaik bagi pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Ponorogo, termasuk pengembangan sumber daya alam yang memungkinkan masyarakat lokal mengelolanya, pembangunan fasilitas baru, dan peningkatan atau perluasan upaya promosi.

5. Indah Andesta (2002). **Analisis Siklus Hidup Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Wisata Lembah Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota**. Volume 8, Nomor 2 JUMPA. Betapa pentingnya daya tarik bagi pariwisata di kawasan Lembah Harau menjadi isu yang sedang diselidiki Indah. Peneliti dapat mengkaji siklus hidup kawasan wisata Lembah Harau yang masih berkembang dengan menggunakan teori Siklus Hidup Kawasan Pariwisata. Daya tarik kawasan wisata Lembah Harau semakin berkurang akibat hadirnya Desa Sarosah sebagai destinasi wisata buatan.

Meskipun objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang, terdapat kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu keduanya membahas siklus hidup wisatawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan ialah *field research*, yaitu penelitian lapangan yang dikenal dengan pendekatan deskriptif dalam metode kualitatif. Peneliti akan mendeskripsikan berbagai keadaan dan fenomena dunia nyata yang terjadi secara alami dalam penelitian kualitatif semacam ini (Sugiyono, 2014:15). Dokumentasi, lampiran pendukung, dan kumpulan kata narasi merupakan metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini.

Oleh karena itu, temuan laporan penelitian akan menyertakan banyak kutipan data untuk memberikan ringkasan. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk mendeskripsikan siklus hidup pariwisata Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan bertempat di Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan kehidupan di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang.

Tabel 3. 1 Schedule penelitian

Uraian Kegiatan	Waktu Rencana Penelitian													
	2024												2025	
	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Observasi awal	■													
Pengajuan proposal														
Bimbingan Proposal	■	■	■											
Seminar Proposal				■										
Revisi Pasca Proposal				■	■									
Penelitian						■	■	■	■	■				
Bimbingan Skripsi											■	■	■	
Sidang Munaqosah														■

C. Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan instrumen penelitian secara langsung untuk mengumpulkan data primer, dipahami bahwa konsep instrument digunakan sebagai alat mencari fakta-fakta di lapangan oleh peneliti dan dalam mengungkap data kualitatif secara tepat baik dari si peneliti itu sendiri. Dengan demikian dengan cara memakai alat tersebut data penelitian dapat diperoleh dengan mudah, melalui metode kualitatif, peneliti itu sendiri yang menggali dan mencari informasi untuk penelitiannya sendiri dengan bertanya, mengumpulkan dokumentasi, maupun mengambil Kesimpulan.

Dalam mengumpulkan data, peneliti memerlukan perangkat penelitian, seperti alat tulis, catatan atau lampiran, dan telepon seluler. Peneliti dapat memanfaatkan ponsel untuk merekam suara informan penelitian dan sebagai rencana cadangan jika ada data yang tidak terekam. Sementara itu, peneliti menggunakan alat tulis dan buku catatan yang dibawa

selama proses wawancara untuk mendokumentasikan berbagai pesan dan informan penting. Dalam instrumen penelitian peneliti mengumpulkan data melalui proses wawancara, di mulai menyiapkan berbagai topik pertanyaan dalam wawancara, dan aktivitas wawancara yang dilakukan penulis dilaksanakan untuk menjadi sumber data yang penting untuk hasil penelitian (Satori, 2012:61-62)

D. Sumber Data

Sumber data berikut digunakan dalam penelitian ini::

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti mengenai Tourism Life Cycle di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Direktur Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, Bagian Pemasaran Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, Pedagang di kawasan Mifan Waterpark and Resort.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang memberikan informasi kepada pengumpul data secara tidak langsung. jurnal, foto atau lampiran dari Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang digunakan sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan strategi untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk memperkuat temuan penelitian ini guna menemukan dan memperoleh bukti pendukung, antara lain :

1. Wawancara

Bentuk wawancara dilakukan dengan menggunakan serangkaian data tanya jawab antara peneliti dengan narasumber berupa informasi mengenai masalah penelitian yang akan diteliti. Wawancara terstruktur, Dalam kegiatan wawancara dilakukan dengan terstruktur dimana pertanyaan sudah disiapkan sebelum melakukan wawancara.(Sugiyono, 2015:387).

2. Dokumentasi

Pendekatan pengumpulan data ini menghasilkan catatan penting mengenai permasalahan yang sedang diselidiki, memastikan bahwa data yang dikumpulkan bersifat komprehensif, dapat diandalkan, dan tidak didasarkan pada dugaan. Salinan cetak, pamflet, halaman web, dan foto yang diambil di Mifan *Waterpark dan Resort* Padang Panjang dijadikan sebagai sumber penelitian.

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kualitatif, penulis menggunakan analisis data untuk melakukan pengumpulan data secara langsung. Setelah jangka waktu tertentu berlalu sejak data dikumpulkan, penulis segera menganalisisnya secara tidak langsung dengan sumbernya. Jika penulis tidak puas dengan datanya, mereka akan terus mengajukan pertanyaan hingga menemukan poin-poin penting yang dicari penelitiannya. Menurut Miles dan Huberman (1984), penelitian kualitatif melibatkan analisis data yang dikumpulkan oleh peneliti secara interaktif dan berkelanjutan hingga data mencapai titik jenuh. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data :

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Penulis melakukan reduksi data dengan cara memilih data, memusatkan perhatian pada masalah yang diteliti, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari catatan wawancara. Penulis kemudian menyederhanakan data lebih lanjut dengan cara merangkum, mengelompokkan, dan menghilangkan data yang tidak sesuai dengan judul yang diteliti.

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Proses menyiapkan data untuk digunakan dalam presentasi dikenal sebagai “menyajikan data” dalam penelitian kualitatif. Setelah dipresentasikan, hasil data disusun menjadi tabel data dan teks naratif.

3. Setelah data disusun dan dibahas hingga penulis mengolahnya secara menyeluruh, dilakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2015:404-412).

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Dalam mengevaluasi keakuratan informasi yang dikumpulkan dari wawancara peneliti tentang siklus hidup di Padang Panjang Resort dan Mifan Waterpark. Menurut (Sugiyono, 2015:120), metode memastikan keakuratan data dengan cara membandingkan data laporan peneliti dengan data item penelitian. Akibatnya, temuan peneliti tidak akurat jika dibandingkan dengan laporan hasil penelitian asli lapangan yang diperoleh dari objek penelitian. Empat keabsahan data yang dikumpulkan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Uji kredibilitas

Tujuan uji kredibilitas adalah untuk mengukur tingkat kepercayaan terhadap bukti yang diteliti. Uji kredibilitas peneliti adalah sebagai berikut:

a. Triangulasi

1) Triangulasi Sumber

Pengecekan kembali data penelitian dari wawancara informan kunci kemudian terus menerus menambahkan data dari informan lain dikenal dengan triangulasi sumber.

2) Triangulasi Metode

Triangulasi seringkali dilakukan dengan memverifikasi seluruh informasi yang dikumpulkan dari wawancara

sumber/informan dengan menggunakan lampiran dokumentasi lapangan. Kesimpulan dapat diambil dari data jika diperoleh informasi yang sama dari masing-masing informan selama proses triangulasi ini.

b. Memanfaatkan Referensi

Referensi adalah dokumen yang mendukung temuan penelitian dan menunjukkan bahwa peneliti telah menemukan data yang diperlukan.

2. Uji dependability

Proses penelitian yang lengkap diaudit (diperiksa) untuk melakukan uji ketergantungan. Auditor atau supervisor yang tidak memihak melakukan tugas ini untuk memeriksa aktivitas penelitian peneliti secara keseluruhan. Uji reliabilitas ini dilakukan diawali dengan mengidentifikasi fokus masalah, terjun ke lapangan, mengidentifikasi sumber data, metode pengumpulan data, mengevaluasi data, memastikan keabsahan data, dan menarik kesimpulan yang harus didukung oleh peneliti.

3. Uji confirmability

Dalam penelitian kuantitatif, istilah “uji objektivitas penelitian” mengacu pada pengujian konfirmabilitas. Apabila temuan suatu penelitian diterima secara luas, maka hal tersebut dianggap objektif. Uji konfirmabilitas dan reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan dalam penelitian kualitatif karena keduanya dapat dibandingkan. Pengujian konfirmabilitas memerlukan perbandingan temuan investigasi dengan metodologi yang digunakan. Untuk mengetahui seberapa besar objektivitas temuan penelitian bergantung pada prosedur penelitian, peneliti menggunakan uji konfirmabilitas ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang.

Salah satu destinasi wisata terpopuler di Sumatera Barat adalah Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, destinasi ramah keluarga dengan beragam olahraga dan aktivitas yang terletak di kaki Bukit Barisan. Lokasi *Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang* dikenal strategis dan suasana yang segar, Mifan juga termasuk tempat wisata yang dijadikan pilihan utama bagi keluarga, teman dan wisatawan yang ingin menghabiskan waktu untuk liburan, karena dikenal dengan fasilitas yang modern, pemandangan yang indah dan memiliki berbagai atraksi yang menyenangkan bagi pengunjung dari segala usia.

Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang Mifan terletak satu kompleks dengan Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) di lingkungan Desa Minangkabau. Ada replika rumah adat Minangkabau yang dipajang di Desa Minangkabau. Pada tahun 2008, Mifan secara resmi diperkenalkan. Mifan juga dilengkapi dengan Resort dan Cottage (Dinas Pariwisata Padang panjang, 2020)

Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang memiliki luas mencapai 9.8 Hektare yang bisa memuat hingga 25.000 Pengunjung, dengan beragam kolam renang dan wahana permainan air. Salah satu daya tarik utama dari waterpark ini adalah kolam ombak yang besar dan seru yang dapat memberikan pengalaman berenang di tengah gelombang buatan yang mirip dengan ombak di lautan, selain itu ada juga kolam arus yang memberikan sensasi mengalir mengikuti arus air yang tenang, cocok bagi tamu yang ingin melepas penat sambil menikmati suasana.

Untuk pengunjung yang menyukai tantangan, *Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang* memiliki berbagai seluncuran air yang menantang, termasuk seluncuran tinggi yang dapat memacu adrenalin, seluncuran tersebut menawarkan berbagai tingkat keseruan dan kecepatan, sehingga cocok untuk remaja hingga dewasa yang ingin mencari sensasi lebih dan ada juga wahana ember tumpah yang berhasil menarik perhatian anak-anak (Difa et al., 2023).

Tidak hanya permainan air, mifan juga menyediakan fasilitas lain yang mendukung kenyamanan pengunjung. Beberapa diantaranya adalah area tempat duduk yang teduh, ruang ganti yang bersih, serta fasilitas restoran dan kios makanan yang menyajikan berbagai hidangan lokal. Pengunjung bisa bersantai setelah bermain air sambil menikmati minuman dan makanan segar..

Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang juga menjadi tempat tujuan bagi keluarga, kelompok organisasi, mahasiswa, untuk melakukan acara keluarga, kegiatan keorganisasian serta kegiatan kemahasiswaan. Dengan adanya area picnic dan ruang terbuka hijau, pengunjung dapat mengadakan acara seperti ulang tahun, reuni, pembekalan mahasiswa baru, hingga acara pernikahan, serta *Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang* juga sering dijadikan tempat pelatihan yang melibatkan berbagai kelompok usia, karena memiliki suasana yang aman dan menyenangkan.

Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang dikelilingi oleh pemandangan alam yang mempesona yang cocok sebagai tempat untuk menikmati suasana alam sekitar. Kota Padang panjang terkenal dengan keindahan alamnya yang hijau dan sejuk, menjadikan tempat ini ideal untuk melepaskan penat dari hiruk pikuk kehidupan sehari-hari. Udara yang sejuk dan pemandangan pegunungan menambah sebuah destinasi unik bagi wisatawan yang ingin berlibur sambil menikmati kemegahan alam (Rifai et al., 2019).

Akses menuju Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sangat mudah diakses baik dengan mobil pribadi maupun angkutan umum. Terletak tidak jauh dari pusat kota Padang Panjang, tempat ini sangat strategis untuk dijadikan destinasi wisata bagi wisatawan yang sedang berkunjung ke Sumatera Barat. Bahkan, Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang juga sering dijadikan sebagai destinasi wisata pendukung bagi pengunjung destinasi wisata Padang Panjang lainnya.

Selain menawarkan berbagai fasilitas rekreasi, Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang juga dikenal dengan kebersihan dan kegunaannya, setiap wahana diawasi oleh petugas terlatih, sehingga pengunjung dapat merasa aman dan nyaman selama bermain, keamanan bagi anak-anak juga menjadi prioritas, dengan adanya kolam-kolam yang dangkal dan area khusus bagi anak-anak untuk bermain air dengan aman.

B. Temuan

1. Tourism Area Life Cycle pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang

Indikator-indikator yang termasuk dalam siklus hidup kawasan pariwisata tercantum pada tabel 4.1. Daur hidup pariwisata yang disebut juga dengan daur hidup kawasan pariwisata dapat menjelaskan dan memahami proses perkembangan pariwisata.

Tabel 4. 1Ceklis Observasi

Tahapan Siklus Kehidupan	Ciri2	Hasil	
		Sesuai	Tidak Sesuai
<i>Exploration Phase</i> (penemuan)	1. Kondisi alam masih alami 2. Memiliki potensi untuk dikembangkan 3. Infrastruktur belum memadai 4. Lokasi sulit di jangkau 5. Tingkat kunjungan masih terbatas	√	√ √ √ √

<i>Involvement Phase</i> (Perlibatan)	1. Jumlah kunjungan mulai meningkat 2. Sudah melakukan promosi 3. Tersedianya jasa Masyarakat (pedagang)	√ √ √	
<i>Development phase</i> (pengembangan)	1. Jumlah kunjungan sangat tinggi 2. Investasi mulai masuk 3. Fasilitas mulai dikembangkan 4. Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi 5. Promosi mulai intensif	√ √ √ √ √	
<i>Consolidation phase</i> (konsolidasi)	1. Tingkat kunjungan masih bersifat positif 2. Mulai menurunnya peran jasa masyarakat (pedagang) 3. Fasilitas lama mulai ditinggalkan	√ √ √	
<i>Stagnation phase</i> (stagnasi)	1. Tingkat kunjungan relative sama dengan sebelumnya 2. Fasilitas kurang terkontrol	√	√
<i>Decline phase</i> (penurunan)	1. Selera wisatawan berpindah ke destinasi lain 2. Banyak fasilitas yang sudah dialih fungsikan 3. Adanya penurunan harga	√	√
<i>Rejuvenation phase</i> (peremajaan)	1. adanya inovasi dan pengembangan produk baru ataupun meningkatkan kualitas produk yang sudah ada	√	

Dari hasil observasi di atas diketahui bahwa Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah melalui fase *Development* hingga fase *Stagnation*.

a. *Exploration Phase*

Pada fase *Exploration* ini, peneliti menggunakan lima indikator yaitu kondisi masih alami, Memiliki potensi untuk dikembangkan, infrastruktur belum memadai, lokasi sulit di jangkau, dan tingkat kunjungan masih terbatas, dari lima Temuan wawancara informan peneliti di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang memberikan penjelasan terhadap indikator

tersebut. Pada fase ini potensi pariwisata berada pada tahap identifikasi dimana pada fase ini destinasi memiliki daya tarik sehingga mendatangkan keinginan dari masyarakat maupun pemerintah untuk mengembangkan daerah tersebut.

1) Kondisi Alam Masih Alami

Dari hasil observasi awal yang dilakukan kondisi Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang pada saat ini sudah tidak alami, karena Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah melakukan pembangunan infrastruktur seperti penginapan, kolam renang, permainan dan fasilitas-fasilitas lainnya.

2) Memiliki Potensi untuk di Kembangkan

Keluasan tanah yang mencapai 9,8 hektar menjadikan lokasi ini berpotensi untuk dibentuknya destinasi yang lengkap dan terpadu. Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) Marketing mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“kondisi destinasi wisata yang ada di padang panjang ini sifatnya dibentuk bukan terbentuk, jadi mulailah kami membentuk wisata keluarga yang lengkap dan terpadu, dan di Padang Panjang yang lengkap dan terpadu saat itu hanya mifan waterpark and resort padang panjang, dan kondisi tanah yang luas yang memungkinkan untuk kita membuat destinasi ini” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“mifan berdiri tahun 2007 dan diresmikan tahun 2008. Di atas tanah yang luasnya mencapai 9,8 Hektar untuk meningkatkan pariwisata khususnya di padang panjang sumatera barat dan meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah kota padang panjang) tempat wisata keluarga yang lengkap dan terpadu belum ada di Padang Panjang maka didirikan mifan waterpark and resort yang memiliki wisata air, keluarga dan wisata

kering, dan pada saat itu juga ada peluang dari PEMDA Padang Panjang, mengundang kita selaku investor untuk membuat objek wisata padang panjang yang lengkap terpadu. Waktu itu yang ada waterboom yang ada di sawahlunto, cuman itu yang ada pertama kali” (Hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa yang melatar belakangi berdirinya Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang yaitu untuk meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) kota Padang Panjang, dengan adanya lokasi tanah yang luas yang berada pada lokasi mifan saat ini, yang bisa dijadikan sebagai lokasi destinasi wisata yang lengkap dan terpadu, dan pada saat awal berdirinya Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, wisata keluarga yang lengkap dan terpadu memang belum ada di Sumatera Barat, dan hanya mifan yang menyediakan wisata keluarga yang lengkap dan terpadu, dimana di mifan *waterpark and resort* Padang Panjang sudah menyediakan mulai dari penginapan, wahana permainan dan kolam renang.

3) Infrastruktur Belum Memadai

Penyediaan Infrastruktur yang memadai dapat membuat para wisatawan senang berkunjung merasa nyaman dan aman. Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) Marketing mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, mengenai Fasilitas yang tersedia di Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“saat diresmikannya mifan waterpark semua fasilitas sudah ada seperti kolam renang, wahana permainan dan penginapan seperti rumah rumah gadang” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan diatas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“pada saat itu semua fasilitas baik waterpark, drypark dan penginapan sudah aktif, dan dapat digunakan oleh pengunjung” (Hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa sejak Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang mulai diresmikan, Infrastruktur pada mifan *Waterpark and resort* sudah memadai dan aman untuk digunakan oleh wisatawan, dilihat dari segi pembangunan pada komponen pariwisata 3A yaitu:

a) Atraksi

Dilihat dari komponen pariwisata bagian Atraksi pada mifan waterpark padang Panjang sudah memadai dan sudah aman jika digunakan oleh wisatawan.



Gambar 4. 1 Perosotan

Mifan menyediakan berbagai macam perosotan, mulai dari perosotan untuk anak-anak hingga dewasa



Gambar 4. 2 Kolam Ombak

Mifan juga menyediakan kolam ombak, yang merupakan kolam berenang yang berbeda dengan wisata waterpark lainnya, mifan menyediakan kolam berenang yang memiliki ombak



Gambar 4. 3 wahana permainan



Gambar 4. 4 Wahana Permainan



Gambar 4. 5 Wahana Permainan

Selain waterpark mifan juga menyediakan drypark seperti pada gambar4.3, 4.4 dan Gambar 4.5, miifan menyediakan bermacam komedi putar yang bisa di nikmati oleh wisatawan.



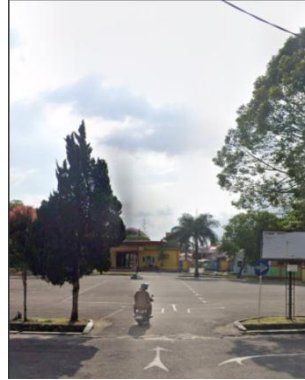
Gambar 4. 6 Wahana Permainan

Selain komedi putar mifan juga menyediakan Boom-Boom Car untuk anak-anak hingga dewasa dapat menikmati wahana permainan ini

b) *Accessibility*

Dilihat pada komponen *Accessibility* juga sudah memadai seperti kondisi jalan menuju lokasi mifan mudah di jangkau, tidak hanya bisa di tempuh dengan motor

tetapi juga bisa menggunakan mobil dan bus serta angkutan umum.



Gambar 4. 7 Jalan



Gambar 4. 8 Jalan

Pada Gambar 4.7 dan Gambar 4.8 dapat di lihat bahwa kondisi jalan menuju mifan sudah memadai dan dapat di tempuh dengan motor, mobil dan bus.

c) Amenitas

Pada komponen amenitas, mifan *waterpark and resort* padang panjang sudah memiliki tempat perbelanjaan, musholla dan fasilitas pendukung lainnya yang sudah memadai.



Gambar 4. 9 Warung



Gambar 4. 10 Toko Jajanan



Gambar 4. 11 Resto

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwasanya mifan sudah menyediakan fasilitas seperti restoran yang sudah memadai dan dapat dinikmati oleh wisatawan.



Gambar 4. 12 Cottage



Gambar 4. 13 Penginapan mifan sudah menyediakan penginapan untuk wisatawan yang sudah memadai, aman dan nyaman untuk ditempati oleh wisatawan.

4) Lokasi sulit di jangkau

Seperti yang telah dijelaskan pada poin sebelumnya, Infrastruktur yang memadai menjadikan Mifan *Waterpark And Resort* mudah di jangkau oleh siapapun dan dari manapun, karena untuk akses menuju ke Mifan *Waterpark* Padang Panjang dapat dilalui baik oleh kendaraan roda 2(dua), kendaraan roda 4(empat) dan bus serta angkutan umum, dan Lokasi dari Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang ke pusat kota ± 2 km.

5) Tingkat kunjungan masih terbatas

Berdasarkan data tingkat kunjungan Wisatawan ke Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang pada tahun 2012 – 2018

Tabel 4. 2 Jumlah Pengunjung Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang

Tahun	2012	2013	2014	2015
Jumlah	276,769	301,254	312,839	278.541
Tahun	2016	2017	2018	
Jumlah	260.530	178.789	162.833	

Sumber: dinas pemuda dan olahraga, dan pariwisata Padang Panjang (Putri, 2019).

Terlihat dari angka di atas bahwa Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang menerima 276.769 pengunjung setiap tahunnya pada tahun 2012. Informasi di atas didukung oleh temuan wawancara dengan Indibkri Ridwan, direktur

Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, tentang volume pengunjung ke tempat-tempat ini, menyatakan bahwa :

“Mifan mulai di resmikan tahun 2008, bertepatan saat lebaran, memang kita sebelum meresmikan, kita sudah melakukan promosi-promosi seperti “inshaallah akan di buka Kawasan wisata keluarga terpadu yang mana sudah lengkap, ada wisata airnya, ada pemandangannya,dan juga permainannya”, pada saat 2008 mifan sudah sangat terkenal, sebelum grand opening kita sudah dikenal, karena memang d Sumatera barat belum ada, bahkan pada saat itu di Sumatera pun belum ada wisata air seperti kolam ombak yang ada di mifan, saat itu kita melakukan promosi di media cetak (koran), elektronik melalui televisi (padang tv).” (Hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Peneliti dapat mengambil kesimpulan dari data-data tersebut di atas, mulai dari awal berdirinya Mifan *Waterpark and resort*, sudah mulai terkenal di kalangan masyarakat mulai dari wisatawan luar kota dan wisatawan luar provinsi.

b. Involvement Phase

Pada fase Involvement ini, peneliti menggunakan tiga indikator yaitu jumlah kunjungan mulai meningkat, sudah melakukan promosi, tersedianya jasa Masyarakat (pedagang). Pada fase ini peneliti menemukan bahwa mifan sudah mendapat perhatian dari masyarakat dan juga pemerintah sejak awal untuk membentuk sebuah destinasi yang memiliki fasilitas infrastruktur dan layanan pendukung yang dapat menarik wisatawan.

1) Adanya Promosi dan Peningkatan Jumlah Kunjungan

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) Marketing berkaitan dengan promo yang sedang dijalankan Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang menyatakan bahwa :

“kami melakukan promosi melalui media sosial, dan promosi ke kantor-kantor serta sekolah-sekolah” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan tersebut Juga Dijelaskan Oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwa :

“pada saat sebelum diresmikan mifan ini kita sudah melakukan promosi di media cetak (koran) dan elektronik melalui televisi (padang tv) dan sekarang kita juga melakukan penjualan cottage melalui travel agen online, trip.com, agoda, traveloka” (Hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dilihat dari data tingkat pengunjung Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang pada tabel 4.2 terjadi peningkatan pengunjung pada tahun 2012 ke 2013 meningkat hingga 24.485 wisatawan, dan pada tahun 2013 ke tahun 2014 meningkat hingga 11.585 wisatawan, data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan (Imdibkri Ridwan) Direktur Mengacu pada volume pengunjung Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, kata pihak hotel :

“tentu ada peningkatan, awalnya pengunjung mifan hanya wisatawan sumatera barat saja kemudian ada dari provinsi, riau, jambi, sumatera utara yang datang ke mifan dan juga orang orang rantau ketika lebaran juga datang” (Hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Temuan penjelasan di atas menunjukkan bahwa Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang mengalami peningkatan wisatawan pada tahun 2014, tetapi mifan sudah mulai melakukan promosi sebelum diresmikannya mifan pada tahun 2008, mifan sudah mulai melakukan promosi pada tahun 2008 melalui media cetak dan elektronik seperti koran dan televisi (padang tv), dengan adanya promosi yang dilakukan oleh mifan maka peningkatan jumlah kunjungan juga dirasakan oleh mifan yang mana sebelumnya pengunjung Mifan *waterpark and resort* Padang Panjang hanya masyarakat lokal saja, meningkat hingga wisatawan luar kota dan luar provinsi juga, seperti Riau, Jambi dan lainnya.

2) Tersedianya Jasa Masyarakat (Pedagang)

Mifan *waterpark and resort* Padang Panjang menyediakan tempat untuk pedagang berjualan di lingkungan mifan seperti di dalam mifan, dan pedagang juga dapat menjual dagangan nya di bagian luar pekarangan mifan, pedagang di sekitaran Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah ada sejak tahun 2008 saat pertama kali mifan di resmikan, salah satu pedagang yang berjualan sudah lama di area Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang adalah ibu siti khodijah, dan mifan juga menyediakan tempat Masyarakat berdagang di area dalam mifan, salah satu pedagang yang berada di area dalam mifan adalah ibu via yang berjualan makanan.

c. *Development Phase*

Pada fase ini destinasi wisata mulai di kembangkan, sudah memiliki beragam atraksi untuk meningkatkan kunjungan, dan menarik wisatawan untuk berkunjung. Adapun indikator-indikator pada fase ini adalah:

1) Jumlah kunjungan sangat tinggi

Dilihat dari data pengunjung pada tabel 4.2 terlihat bahwa pada tahun 2014 jumlah kunjungan pada mifan *waterpark and resort* Padang Panjang mencapai 312.839. ini merupakan tingkat kunjungan paling tinggi diantara tahun tahun sebelumnya, jika dilihat dari data kunjungan tahun 2012-2019.

2) Investasi mulai masuk

Investasi dibutuhkan untuk pembangunan sebuah destinasi, seperti mifan yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) Marketing mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, Bahwa:

“mifan didirikan oleh PT Niagara, jadi saat mifan didirikan sudah ada investasi yang masuk, jadi selain modal perusahaan pendirian mifan juga dari investasi yang masuk tersebut” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan tersebut juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, mengenai investor pada mifan *waterpark and resort* padang panjang, menyatakan bahwa :

“Pada saat itu Pemerintah Daerah Padang Panjang mengundang Investor untuk membuat objek wisata Padang Panjang yang lengkap dan Terpadu, dan biaya pendirian Mifan berasal dari Modal perusahaan serta investor yang masuk” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwasanya pemerintah daerah padang panjang mengundang investor untuk membentuk destinasi wisata lengkap dan terpadu, investasi sudah mulai masuk ke mifan sejak awal sebelum mifan terbentuk, jadi pembangunan Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang menggunakan investasi yang masuk dan juga modal dari perusahaan sendiri.

3) Fasilitas mulai dikembangkan

Dilihat dari komponen pariwisata yang biasa di sebut 6A yaitu *attraction, accessibility, amenity, accommodation, activities, ancillary*, pada komponen Atraksi mifan memiliki daya tarik pada penginapannya yang bernuansa bangunan Rumah Gadang Minangkabau, nuansa kebudayaan, seperti yang disampaikan oleh (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang bahwasanya :

”pada saat diresmikannya Mifan Waterpark and resort Padang Panjang, sudah ada penginapan yang bernuansa minangkabau, seperti gajah maharam, puti bungsu, rajo babandiang” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan tersebut juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwasanya:

“awalnya, karena kita berada di perkampungan minang atau di namakan minang village, jadi didalamnya hanya ada rumah-rumah gadang, dan mifan juga memiliki daya tarik yang lain kolam ombak, jadi ada kolam yang ada gelombangnya, karena pada saat itu di sumatra barat belum ada tempat wisata yang memiliki kolam ombak, baru ada di mifan waterpark, kemudian ada kolam ember tumpah untuk anak-anak, kemudian juga ada kolam untuk balita, suasana dan view juga menjadi daya tarik bagi wisatawan” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwasanya mifan memiliki daya tarik pada jenis penginapannya yang bernuansa minangkabau, dan memiliki daya tarik pada pemandangannya yang alami dimana mifan berada di antara bukit barisan. Selain itu mifan juga memiliki daya tarik dari kolam renang yang memiliki ombak, dengan menikmati kolam ombak ini dapat memberikan pengalaman bagi wisatawan.

Pada komponen *accessibility*, akses untuk berkunjung ke Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang dapat ditempuh dengan kendaraan roda 2, kendaraan roda 4 dan bus, dan lokasi mifan juga dekat dengan pusat kota dengan jarak ± 2 km. pada komponen *Amenity* mifan *waterpark and resort* padang panjang sudah memiliki tempat perbelanjaan, musholla dan *restaurant*.

Dari segi *accommodation*, mifan sudah menyediakan penginapan untuk wisatawan sejak awal didirikannya mifan, berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang bahwasanya :

“penginapan sudah ada sejak awal berdirinya mifan sudah ada penginapan yang bertemakan minangkabau,

sperti gajah maharam, puti bungsu, rajo babandiang dan setelah beberapa tahun berjalan mifan mulai membentuk cottage” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwa:

“awalnya ini dinamakan minang village (perkampungan minang) jadi didalamnya hanya ada rumah-rumah gadang, cottage mulai dibangun pada saat tahun ke 3 berdirinya mifan waterpark” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa dari awal berdirinya mifan *waterpark and resort* Padang Panjang sudah menyediakan fasilitas penginapan untuk wisatawan yang berkunjung ke mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, dan setelah 3 tahun berjalan mifan mulai menambahkan fasilitas penginapan berupa cottage, yang sebelumnya hanya ada jenis penginapan rumah gadang, dan setelah tu ada penginapan berupa cottage-cottage.

Selanjutnya ada komponen *activities* dimana pada mifan *waterpark and resort* wisatawan dapat melakukan berbagai aktivitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan (Bapak Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang bahwasanya :

” di mifan ada waterpark dan drypark nya kalau waterpark kayak, kolam renang, kolam ombak, dan drypack nya seperti permainan boom boom car, uvo dan lain lain” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan tersebut juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang bahwa,

“pada saat itu semua kolam renang, permainan semuanya fasilitas sudah aktif. Jadi pada saat itu ada komedi putar, uvo, boom boom car, mini coaster” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa dari awal berdiri mifan sudah menyediakan fasilitas permainan seperti komedi putar, uvo, boom boom car, mini coaster, dan juga berenang, jadi saat berwisata ke mifan *waterpark and resort* Padang Panjang. Wisatawan dapat menikmati permainan yang disediakan oleh mifan *waterpark and resort*.

Berdasarkan penjelasan mengenai sejarah Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang di atas, para ahli dapat menyimpulkan bahwa pendirian taman tersebut sudah dilakukan sejak awal, sudah di lengkapi oleh fasilitas-fasilitas seperti penginapan yang bernuansa Minangkabau, waterpark, dan dry parnya, serta fasilitas penunjang seperti musholla, tempat berbelanja, setelah 3 tahun berjalan mifan mulai mengembangkan penginapannya dengan menambah cottage-cottage.

4) Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

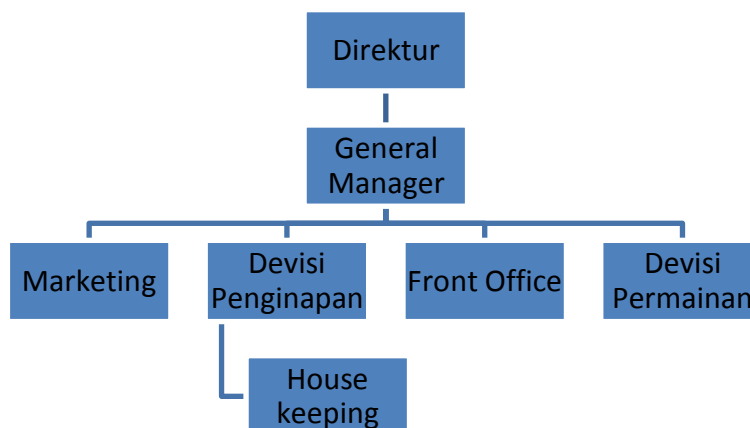
“Mifan sudah membentuk manajemen organisasi saat awal diresmikannya mifan, mulai dari direktur, manager hingga bagian operasional lainnya” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan tersebut juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan Waterpark Padang Panjang, bahwa:

“dari awal sudah di bentuk organisasi manajemen, karena kita sebuah PT atau perusahaan, dimana ada pemegang saham, direktur, kemudian untuk operasional di lapangan juga ada, walaupun pada saat itu kita belum ada jendral manager tetapi direktur langsung turun tangan, kemudian juga ada divisi yang mengawasi waterpark, drypark, dan ada juga divisi bagian penginapan untuk penginapan yang ada hanya rumah-rumah gadang kemudian ada divisi public area

(menyangkut kebersihan taman), kemudian ada divisi housekeeping (penginapan, laundry) kemudian ada divisi engineering (maintenance dll)” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwasanya mifan sudah membentuk organisasi semenjak awal diresmikannya Direktur dan manajer berada di puncak struktur organisasi di Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang, yang mencakup divisi operasional seperti departemen meja depan, permainan, dan penginapan. Berikut struktur organisasi Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang yang telah peneliti lampirkan..



5) Promosi mulai intensif

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“sebenarnya dari awal sebelum mifan dibuka, kita sudah melakukan promosi di tv, dan sekarang kita melakukan promosi di media sosial, dan promosi ke sekolah dan kantor-kantor” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan diatas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwasanya:

“kita juga melakukan penjualan cottage melalui travel agent online, trip.com, agoda, traveloka” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari pernjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa mifan sudah melakukan promosi sejak awal sebelum diresmikannya Di awal peresmian Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang, mifan sudah melakukan promosi di media elektronik (televisi) dan media cetak (koran), seiring berjalannya waktu mifan mulai melakukan promosi di media sosial dan platform digital, dan mifan juga melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah dan perkantoran.

d. Consolidation Phase

Pada fase ini jumlah Tingkat kunjungan sudah mulai menurun walaupun Tingkat kunjungan masih positif tetapi pada fase ini Sebagian besar aktivitas ekonomi Masyarakat menurun. Adapun indicator pada fase ini antara lain:

1) Tingkat Kunjungan Masih Bersifat Positif

Berdasarkan data tingkat kunjungan pada mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang pada tabel 4.2, pada tahun 2017 mifan sudah mulai mengalami penurunan tingkat kunjungan yang sebelumnya di tahun 2016 tingkat kunjungan mifan adalah 260.530 dan pada tahun 2017 jumlah pengunjung mifan adalah 178.789 penurunan pengunjung sebanyak 81.741. dan pada tahun 2021 jumlah pengunjung Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang hanya mencapai 59.762. Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“untuk Tingkat kunjungan sekarang masih terbilang positif dan untuk sekarang sudah mulai ramai karena hari libur dan akhir tahun” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwa:

“Sebenarnya penurunan pengunjung itu tidak hanya karena covid, namun penurunan yang sangat drastis memang saat covid, tetapi karena adanya pengikut – pengikut, seperti munculnya tempat wisata baru yang menyerupai ataupun yang berbeda, sehingga tingkat kunjungan di mifan menurun, tetapi yang mempunyai penginapan cottage sebanyak kita belum ada, jadi untuk kapasitas tamu untuk rombongan yang datang misalnya 700 orang 500 orang, kita masih bisa handle dan masih muat di penginapan kita. Sekarang Tingkat kunjungan mifan sudah stabil walaupun pada hari fullday tidak begitu ramai tetapi pengunjung ramai saat weekend dan hari libur” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Peneliti dapat mengambil kesimpulan dari temuan penjelasan di atas bahwa jumlah pengunjung pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang masih bernilai positif, walaupun tingkat kunjungannya menurun, tetapi setiap bulannya wisatawan masih ada yang berkunjung ke mifan *waterpark and resort* padang Panjang dan memenuhi target mifan dan wisatawan mifan juga ramai saat weekend dan hari-hari libur karena pengunjung antusias untuk menikmati weekend bersama keluarga di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang.

2) Mulai Menurunnya Peran Jasa Masyarakat (Pedagang)

Dalam pengembangan sebuah destinasi wisata di butuhkan fasilitas-fasilitas sebagai pelengkap untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, seperti pedagang yang ada di lingkungan Mifan *waterpark and resort* padang Panjang, yang menjual makanan, serta perlengkapan berenang. salah satu pedagang yang berjualan sudah lama di area Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang adalah ibu siti khodijah, berdasarkan hasil wawancara dengan (Siti khadijah) pedagang

di area luar Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“saya sudah berjualan di sini kurang lebih 16 tahun, sejak awal dibukanya mifan, sebelumnya banyak pedagang disini tetapi sekarang sudah tutup hanya saya yang berjualan di sini, sebelumnya parkirannya di luar, jadi ada kebijakan dari mifan bahwa pengunjung boleh memasukkan kendaraan ke dalam mifan, jadi jual beli saya sudah menurun karena tidak ada lagi kendaraan yang parkir di luar, dan pengunjung tidak turun dari mobil, jadi saya sulit untuk menawarkan dagangan saya.” (hasil wawancara, 23 November 2024)

Peneliti dapat mengambil kesimpulan dari temuan wawancaranya dengan (Siti Khadijah), seorang pedagang di sekitar Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwa sebelum turunnya wisatawan ke Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, ramai pedagang yang berjualan di area mifan, tetapi setelah pengunjung mifan menurun dan di tambah adanya kebijakan dari pihak mifan untuk kendaraan pengunjung di parkir di area dalam mifan, membuat kurangnya jual beli bagi pedagang di area luar mifan *waterpark and resort* padang Panjang.

3) Fasilitas Lama Mulai diTinggalkan

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“beberapa tahun belakangan ini objek yang paling diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke mifan adalah bagian waterpark jadi wisatawan sudah jarang bermain di drypack nya seperti boom boom car, uvo” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwa:

“drypack nya jarang digunakan oleh wisatawan, pengunjung lebih dominan ke wisata air, mulai dari

anak-anak hingga dewasa, dan juga wisatawan lebih suka melakukan outbond atau main sepeda Listrik, waterpark tetap menjadi pilihan no 1 bagi wisatawan yang berkunjung”

Dari hasil penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa fasilitas yang sudah jarang digunakan oleh wisatawan adalah *drypark* atau bisa dikatakan tidak pernah digunakan karena beberapa tahun belakangan ini Pengunjung mifan lebih tertarik atau lebih ingin menikmati wahana air di bandingkan *dry parknya*.

e. *Stagnation Phase*

Perkembangan pariwisata pada dasarnya tidak mengalami perubahan pada fase ini, meskipun potensi wisatawan dan sektor pariwisata telah dimanfaatkan secara maksimal. Penanda fase ini adalah :

1) *Tingkat Kunjungan Relative sama dengan Sebelumnya*

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“sebelumnya pengunjung ramai saat hari weekend saja sekarang karena hari libur sekolah, banyak wisata rombongan seperti sekolah-sekolah, perusahaan dan untuk pengunjung pada bulan ini lumayan bagus karena hari libur, tetapi tidak wisatawan mancanegara” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan diatas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, bahwasanya:

“untuk jumlah pengunjung saat ini ramainya ketika weekend, untuk hari biasa itu ada tetapi tidak banyak” (hasil wawancara, 27 Agustus 2024)

Dari hasil penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa untuk tingkat kunjungan pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang masih terbilang positif, pengunjung ramai saat hari libur dan weekend. Walaupun pengunjung

mifan hanya ramai saat weekend tetapi untuk jumlah kunjungan per bulannya masih stabil.

2) Fasilitas kurang terkontrol

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“kami memiliki tim khusus untuk memelihara setiap fasilitas yang ada seperti penginapan, area permainan, kolam renang” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan diatas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan Waterpark Padang Panjang, bahwasanya:

“kami ada jadwal untuk pemeliharaan rutin sekali seminggu, dan pada jadwal yang ditetapkan kami membersihkan fasilitas-fasilitas mulai dari area kolam, penginapan dan area permainan dan pada bagian-bagian seperti penginapan, kolam renang, permainan dan lain lain itu sudah ada yang menjadi penanggung jawabnya masing-masing” (hasil wawancara 27 Agustus 2024)

Dari penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa untuk menjaga agar fasilitas yang ada tetap terkontrol dengan baik, setiap fasilitas yang ada di mifan seperti waterpark, penginapan dan drypack nya sudah ada disediakan penanggung jawab di setiap bagian tersebut, dan juga ada hari khusus untuk pembersihan area dan pemeliharaan fasilitas, sehingga fasilitas-fasilitas yang ada di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang tetap terjaga dengan baik.

f. *Decline Phase*

Pada tahap ini, wisatawan terutama yang hanya berkunjung di akhir pekan menjadi tidak tertarik lagi dengan tempat wisata tersebut dan mulai berpindah ke tempat wisata baru atau saingannya. Adapun indikator-indikator pada fase ini adalah :

1) Selera wisatawan berpindah ke destinasi lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“untuk sekarang wisatawan sudah mulai ramai lagi di hari hari biasa karena hari libur, sekarang ramai wisatawan rombongan, sebelumnya ramai saat weekend saja, dan sekarang di hari biasa sudah mulai ramai” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa:

“sebelum covid 19 mifan mengalami penurunan jumlah kunjungan, mulai adanya pengikut – pengikut, seperti munculnya tempat wisata baru yang menyerupai ataupun yang berbeda, wisata air yang dimana harganya lebih murah dibandingkan dengan mifan, karena mifan menghitung harga per kepala bukan per mobil/motor” (hasil wawancara 27 Agustus 2024)

Dari penjabaran di atas dapat peneliti simpulkan bahwa adanya tempat tempat wisata baru, menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah wisatawan, dimana pengunjung sudah mulai berpindah ke destinasi wisata lain karena biaya yang lebih murah dibandingkan Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang setiap wisatawan membayar masuk Rp. 50.000/Orang, dan di objek wisata yang lain wisatawan hanya membayar per mobil/ motor tidak per orang. Walaupun ada tempat wisata baru yang hampir mirip dengan mifan dan lebih murah harganya, pengunjung mifan masih memilih mifan sebagai Lokasi wisata untuk menikmati hari liburan bagi keluarga.

2) Banyak fasilitas yang sudah di alih fungsikan

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“untuk dialih fungsikan tidak, tetapi ada beberapa fasilitas yang jarang digunakan karena wisatawan lebih memilih waterpark di bandingkan dry park” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas juga dijelaskan oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa:

“untuk fasilitas-fasilitas berjalan sesuai dengan fungsinya tidak ada beralih fungsi, seperti rumah gadang yang dulunya untuk penginapan sekarang masih, cottage untuk penginapan sampai sekarang masih, kolam renang juga.” (hasil wawancara 27 Agustus 2024)

Peneliti dapat mengambil kesimpulan dari pernyataan di atas bahwa beberapa fasilitas yang ada di mifan ada yang tidak aktif lagi tetapi tetap digunakan sesuai dengan fungsinya, tidak di fungsikan untuk hal lain seperti penginapan tetap dijadikan penginapan dan fasilitas lainnya.

3) Adanya penurunan harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“untuk harga ada penurunan, sebelumnya biaya masuk per orang Rp. 50.000/Orang sekarang sudah turun jadi Rp. 35.000/Orang” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Selain itu, komentar tersebut di atas telah diklarifikasi oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa:

“penurunan harga sudah dilakukan mulai dari saat covid, perubahan harga tiket dari Rp. 50.000/orang menjadi Rp. 35.000/orang, tetapi jika untuk rombongan akan di kasih diskon” (hasil wawancara 27 Agustus 2024)

Dari penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa Biaya masuk ke Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang telah diturunkan sebelumnya dikenakan Rp.

50.000/Orang, sekarang menjadi Rp. 35.000/Orang. Mifan mulai menurunkan harga masuknya saat tahun 2021 ketika masa covid.

g. *Rejuvenation Phase*

Pada fase ini destinasi wisata Kembali dengan inovatif, dengan melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan kualitas sebuah destinasi wisata, indikator yang peneliti gunakan pada fase ini ada satu indikator saja yaitu adanya inovasi yang dilakukan oleh mifan untuk meningkatkan lagi jumlah kunjungan yang berkunjung ke mifan, dengan adanya inovasi dapat meningkatkan daya tarik untuk wisatawan.

- 1) Adanya inovasi dan pengembangan produk baru ataupun meningkatkan kualitas produk yang sudah ada

Berdasarkan hasil wawancara dengan (Yono) marketing Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa :

“inovasi pasti, sekarang kita sudah mulai inovasi, seperti penginapan, penambahan fasilitas lain seperti room meeting, dan kita juga ada inovasi pada bagian bangunan atau desain.” (Hasil wawancara, 23 September 2024)

Pernyataan di atas di jelaskan juga oleh (Imdibkri Ridwan) Direktur Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, menyatakan bahwa:

“kita memang melakukan rebranding lagi, dan menambah fasilitas2 yang ada, jadi mifan ini tidak hanya untuk tempat wisata air dan drypark saja tetapi juga bisa untuk fasilitas meeting, wedding bisa dilakukan di auditorium mifan yang luas dan bisa menampung kurang lebih 400 orang. Sekarang itu kita lebih mengemukakan resort, jadi orang menginap di mifan sudah dilengkapi oleh fasilitas waterpark, drypark, inovasi yang dilakukan seperti, penambahan permmainan sepeda listrik, kemudian mengadakan paket kunjungan ataupun paket outbound, ruang meeting, wedding, auditorium, penyesuaian harga per page, dan sistemnya berubah seperti biaya penginapan yang

sebelumnya dikenakan biaya masuk per orang berubah menjadi biaya penginapan sudah digabung dengan biaya masuk breakfast, dan kita juga melakukan penjualan cottage melalui travel agen online, trip.com, agoda, Traveloka, program yang saat ini, seperti melakukan inovasi terhadap pembangunan atau desain bangunan mifan, seperti logo-logo mifan yang suda ada di bagian ticketing, halte kereta wisata, bundaran di depan juga ada, patung patung hewan, sekarang yang sudah jadi hewan hewan adaah kura kura kemudian juga akan di bangun kereta gantung” (hasil wawancara 27 Agustus 2024)

Dari penjabaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa Mifan *waterpark and resort* sudah melakukan inovasi untuk meningkatkan daya tarik dan meningkatkan jumlah kunjungan yang berkunjung ke mifan waterpark padang panjang, inovasi yang dilakukan mifan seperti, memperbaharui desain, penambahan fasilitas-fasilitas dan permainan seperti sepeda listrik, Flying Fox, perubahan sistem pemesanan penginapan. Mifan tidak hanya melakukan inovasi saja tetapi mifan juga melakukan promosi yang intensif untuk menjangkau pengunjung.

2. Evaluasi *Tourism Area Life Cycle* pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pada saat awal berdirinya Pada tahun 2008, Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang sudah dalam tahap pengembangan. Hal ini disebabkan karena taman tersebut telah memenuhi indikator tahap pengembangan yang meliputi tingginya volume pengunjung, awal investasi, pengembangan fasilitas, pembentukan pengurus atau organisasi, dan awal peningkatan promosi.

C. Pembahasan

1. *Tourism Area Life Cycle* pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang

Indikator-indikator yang termasuk dalam siklus hidup kawasan pariwisata tercantum pada tabel 4.3. Daur hidup pariwisata yang disebut juga dengan daur hidup kawasan pariwisata dapat menjelaskan dan memahami proses perkembangan pariwisata.

Tabel 4. 3 Ceklis Observasi

Tahapan Siklus Kehidupan	Ciri2	Hasil	
		Sesuai	Tidak Sesuai
<i>Exploration Phase</i> (penemuan)	1. Kondisi alam masih alami 2. Memiliki potensi untuk dikembangkan 3. Infrastruktur belum memadai 4. Lokasi sulit di jangkau 5. Tingkat kunjungan masih terbatas	√	√ √ √ √
<i>Involvement Phase</i> (Perlibatan)	1. Jumlah kunjungan mulai meningkat 2. Sudah melakukan promosi 3. Tersedianya jasa Masyarakat (pedagang)	√ √ √	
<i>Development phase</i> (pengembangan)	1. Jumlah kunjungan sangat tinggi 2. Investasi mulai masuk 3. Fasilitas mulai dikembangkan 4. Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi 5. Promosi mulai intensif	√ √ √ √ √	
<i>Consolidation phase</i> (konsolidasi)	1. Tingkat kunjungan masih bersifat positif 2. Mulai menurunnya peran jasa masyarakat (pedagang) 3. Fasilitas lama mulai ditinggalkan	√ √ √	
<i>Stagnation phase</i> (stagnasi)	1. Tingkat kunjungan relative sama dengan sebelumnya 2. Fasilitas kurang terkontrol	√	√
<i>Decline phase</i> (penurunan)	1. Selera wisatawan berpindah ke destinasi lain 2. Banyak fasilitas yang sudah dialih fungsikan 3. Adanya penurunan harga	√	√ √

<i>Rejuvenation phase</i> (peremajaan)	1. adanya inovasi dan pengembangan produk baru ataupun meningkatkan kualitas produk yang sudah ada	√	
---	--	---	--

Dari hasil observasi di atas diketahui bahwa Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah melalui fase *Development* hingga fase *Stagnation*.

a. *Exploration Phase*

Era eksplorasi adalah masa dimana sebuah destinasi wisata baru di temukan, yang memiliki potensi untuk di kembangkan, pada fase ini lokasi destinasi wisata hanya diketahui oleh masyarakat lokal saja dan informasi yang menyebar masih terbatas (Juhara & Marsoyo, 2023). Potensi pariwisata berada pada tahapan identifikasi dimana pada fase ini destinasi memiliki daya tarik sehingga mendatangkan keinginan dari masyarakat maupun pemerintah untuk mengembangkan daerah tersebut (Utama, 2015).

Pada fase ini memiliki lima indikator, yang dimana mifan mifn tidak melewati fase ini, mifan berdiri pada tahun 2008 di atas tanah yang luasnya mencapai 9,8 hektar, dengan luas yang dimiliki oleh mifan berpotensi untuk menjadi sebuah destinasi yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang dapat menarik minat berkunjung wisatawan.

Mifan mendirikan destinasi wisata yang lengkap dan terpadu, dimana pada tahun tersebut di Sumatera Barat belum ada destinasi wisata yang lengkap dan terpadu. Pada awal berdirinya Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang, mifan sudah dilengkapi dengan penginapan, kolam renang, wahana bermain air, dan wahana kering yang sudah memadai, sehingga wisatawan dapat menikmati fasilitas yang ada di Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang dengan aman dan nyaman. Dilihat dari segi pembangunan pada komponen pariwisata 3A yaitu:

1) Atraksi



Gambar 4. 14 Perosotan

Mifan menyediakan berbagai macam perosotan, mulai dari perosotan untuk anak-anak hingga dewasa



Gambar 4. 15 Kolam Ombak

Mifan juga menyediakan kolam ombak, yang merupakan kolam berenang yang berbeda dengan wisata waterpark lainnya, mifan menyediakan kolam berenang yang memiliki ombak



Gambar 4. 16 wahana permainan



Gambar 4. 17 Wahana Permainan



Gambar 4. 18 Wahana Permainan

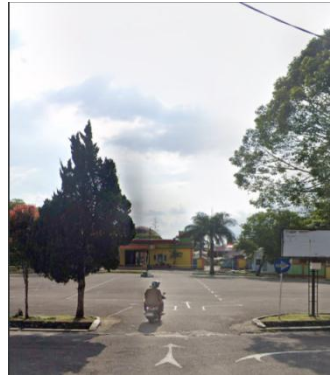
Selain waterpark mifan juga menyediakan drypark seperti pada gambar4.3, 4.4 dan Gambar 4.5, mifan menyediakan bermacam komedi putar yang bisa di nikmati oleh wisatawan.



Gambar 4. 19 Wahana Permainan

Gambar di atas dapat menunjukkan bahwa mifan tidak lagi berada pada fase exploration, karena mifan sudah menyediakan fasilitas seperti salah satunya wahana permainan yang memadai, dan nyaman dengan kualitas yang sudah di sesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

2) Accessibility



Gambar 4. 20 Jalan



Gambar 4. 21 Jalan

Gambar di atas dapat menunjukkan bahwa akses menuju mifan waterpark and resort padang panjang sudah memadai sehingga menunjang kenyamanan para pengunjung.

3) Amenitas



Gambar 4. 22 Warung



Gambar 4. 23 Toko Jajanan



Gambar 4. 24 Resto

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwasanya mifan sudah menyediakan fasilitas seperti restoran yang sudah memadai dan dapat dinikmati oleh wisatawan.



Gambar 4. 25 Cottage



Gambar 4. 26 Penginapan

Gambar di atas dapat menunjukkan bahwa mifan tidak lagi berada pada fase *exploration*, karena mifan sudah menyediakan fasilitas dasar seperti penginapan yang nyaman dan restoran yang dibangun dengan kualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

b. *Involvement Phase*

Fase *Involvement* atau fase pelibatan merupakan fase kedua pada siklus kehidupan pariwisata yang dikembangkan oleh butler, dimana masyarakat mulai menyadari pentingnya penyediaan sarana prasarana, dan pada fase ini destinasi wisata mendapatkan perhatian dari masyarakat sehingga adanya kesadaran masyarakat untuk mengelola destinasi wisata (Juhara & Marsoyo, 2023). Peningkatan jumlah kunjungan terjadi pada fase ini karena pemerintah serta masyarakat sudah mulai membangun fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung (Damanik et al., 2018).

Sejak awal berdirinya, Karena Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang telah melakukan promosi melalui media cetak (surat kabar) dan media elektronik (televisi), maka masyarakat sangat mengetahui pendirian tersebut. (Padang TV).

Dilihat dari data tingkat pengunjung Berdasarkan tabel 4.2, Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang mengalami peningkatan pengunjung dari tahun 2012 hingga 2013 mencapai 24.485 pengunjung, dan dari tahun 2013 hingga 2014 mencapai 11.585 pengunjung. Temuan wawancara langsung dengan direktur taman nasional mendukung informasi ini. Bapak Imdibkri Ridwan, Direktur, tidak dapat dipungkiri promosi tersebut berdampak pada peningkatan kunjungan. Pengunjung ke Mifan dulunya hanya terbatas pada wisatawan asal Sumatera Barat, namun kini sudah banyak wisatawan dari negara lain, tak terkecuali dari Provinsi Riau, Jambi, dan Sumatera Utara. Terbukti juga bahwa Mifan

Waterpark dan Resort Padang Panjang telah memberikan lokasi berjalan kepada penduduk setempat selama fase ini.

c. *Development Phase*

Pada fase ini destinasi wisata mulai di kembangkan, sudah memiliki beragam atraksi untuk meningkatkan kunjungan, fase ini ditandai dengan pertumbuhan signifikan dalam infrastruktur dan fasilitas pariwisata(Darma et al., 2022). Dari data kunjungan tahun 2012-2019 terlihat bahwa tingkat kunjungan paling tinggi ada pada tahun 2014, yang mencapai 312.839 kunjungan. Ini merupakan tingkat kunjungan paling tinggi diantara tahun-tahun sebelumnya. Adapun indikator-indikator lain pada fase ini, yaitu:

1) Investasi mulai masuk

Investasi pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah ada sejak awal sebelum diresmikannya Mifan, karena Pemerintah Daerah Padang Panjang mengundang investor untuk membentuk destinasi wisata lengkap dan terpadu, jadi pembangunan Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang menggunakan investasi yang masuk dan juga modal dari perusahaan sendiri.

2) Fasilitas mulai dikembangkan

Dilihat dari komponen pariwisata yang biasa di sebut 6A yaitu *attraction, accessibility, amenity, accommodation, activities, ancillary*, pada komponen Atraksi mifan memiliki daya tarik pada pengingatannya yang bernuansa bangunan Rumah Gadang Minangkabau, nuansa kebudayaan, seperti gajah maharam, puti bungsu, rajo babandieng, dan lainnya.

Pada komponen *accessibility*, akses untuk berkunjung ke Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang dapat ditempuh dengan kendaraan roda 2,

kendaraan roda 4 dan bus, dan lokasi mifan juga dekat dengan pusat kota dengan jarak ± 2 km. pada komponen *Amenity* mifan *waterpark and resort* padang panjang sudah memiliki tempat perbelanjaan, musholla dan *restaurant*.

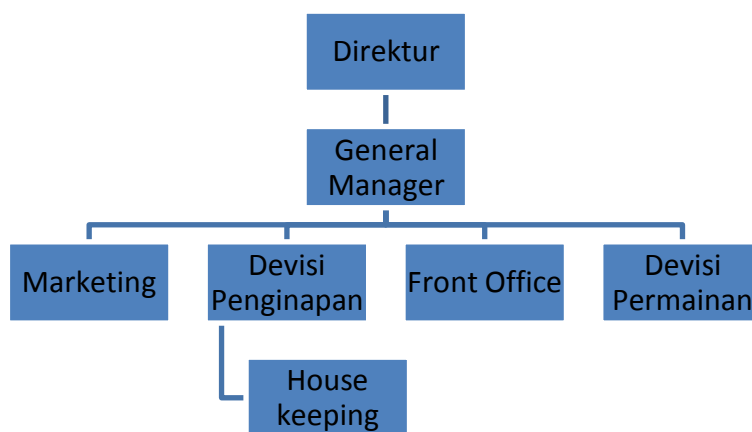
Dari segi penginapan, Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang telah menawarkan pilihan penginapan kepada pengunjung sejak didirikan. Tiga tahun kemudian, Mifan mulai menambah pilihan penginapan berupa cottage menggantikan penginapan jenis Rumah Gadang yang sudah ada sebelumnya.

Selanjutnya ada komponen *activities* dimana pada mifan *waterpark and resort* wisatawan dapat melakukan berbagai aktivitas, dari awal berdiri mifan sudah menyediakan fasilitas permainan seperti komedi putar, uvo, boom boom car, mini coaster, dan juga berenang, jadi saat berwisata ke mifan *waterpark and resort* Padang Panjang. Wisatawan dapat menikmati permainan yang disediakan oleh mifan *waterpark and resort*.

Dari penjelasan di atas mengenai pengembangan Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang pada awalnya dilengkapi dengan fasilitas berupa penginapan bernuansa Minangkabau, waterpark dan dry park, serta fasilitas pendukung seperti mushola, kamar dan area perbelanjaan. Setelah tiga tahun beroperasi, Mifan mulai memperluas akomodasinya dengan menambah cottage.

- 3) Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi

Mifan sudah membentuk organisasi semenjak awal diresmikannya Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang, dimana struktur organisasi di Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang dimulai dari Direktur, Manager hingga departemen operasional seperti bagian Penginapan, Games dan Front Office. Berikut lampiran struktur organisasi Mifan waterpark and resort Padang Panjang.



4) Promosi mulai intensif

Sebelum dibukanya Mifan Waterpark dan resort Padang Panjang, Mifan telah aktif melakukan pemasaran pada tahap awal acara, mifan sudah melakukan promosi di media elektronik (televisi) dan media cetak (koran), seiring berjalannya waktu mifan mulai melakukan promosi di media sosial dan platform digital, dan mifan juga melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah dan perkantoran.

d. *Consolidation Phase*

Pada fase ini jumlah tingkat kunjungan sudah mulai menurun walaupun tingkat kunjungan masih positif tetapi pada fase ini Sebagian besar aktivitas ekonomi Masyarakat menurun. Adapun indicator pada fase ini antara lain:

1) Tingkat Kunjungan Masih Bersifat Positif

Berdasarkan data tingkat kunjungan pada mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang pada tabel 4.2, pada tahun 2017 medan sudah mulai mengalami penurunan tingkat kunjungan yang sebelumnya di tahun 2016 tingkat kunjungan mifan adalah 260.530 dan pada tahun 2017 jumlah pengunjung mifan adalah 178.789 penurunan pengunjung sebanyak 81.741. dan pada tahun 2021 jumlah pengunjung Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang hanya mencapai 59.762.

Berdasarkan dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan jumlah tamu pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang masih bernilai positif, walaupun tingkat kunjungannya menurun, tetapi setiap bulannya wisatawan masih ada yang berkunjung ke mifan *waterpark and resort* padang Panjang dan memenuhi target mifan dan wisatawan mifan juga ramai saat weekend dan hari-hari libur karena pengunjung antusias untuk menikmati weekend bersama keluarga di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang.

Salah-satu alasan menurunnya tingkat kunjungan pada Mifan karena di sebabkan oleh munculnya destinasi atau objek wisata baru yang dimana wisatawan dapat menikmati fasilitas yang hampir sama dengan fasilitas yang tersedia di mifan dan harga yang relatif murah di bandingkan dengan mifan, dengan harga yang berbeda dengan mifan dapat menjadikan pengunjung lebih memilih destinasi/objek wisata yang lebih murah dengan fasilitas yang sama dengan mifan (Purnama & Rahmidani, 2023).

2) Mulai Menurunnya Peran Jasa Masyarakat (Pedagang)

Dalam pengembangan sebuah destinasi wisata di butuhkan fasilitas-fasilitas sebagai pelengkap untuk

memenuhi kebutuhan pengunjung, seperti pedagang yang ada di lingkungan Mifan *waterpark and resort* Padang Panjang, yang menjual makanan, serta perlengkapan berenang. salah satu pedagang yang berjualan sudah lama di area Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang adalah ibu siti khodijah.

Dari hasil wawancara dengan (Ibu Siti khadijah) pedagang di area luar Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, sebelum menurunnya pengunjung Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, ramai pedagang yang berjualan di area mifan, tetapi setelah pengunjung mifan menurun dan di tambah adanya kebijakan dari pihak mifan untuk kendaraan pengunjung di parker di area dalam mifan, membuat kurangnya jual beli bagi pedagang di area luar mifan *waterpark and resort* Padang Panjang.

3) Fasilitas Lama Mulai diTinggalkan

Beberapa tahun belakangan ini pengunjung mifan lebih tertarik atau lebih ingin menikmati wahana air dibandingkan *drypark*-nya.

Sebuah destinasi yang sudah berada pada fase konsolidasi sebaiknya melakukan inovasi/penambahan atraksi untuk meningkatkan tingkat pengunjung sehingga tidak menimbulkan kejenuhan pada wisatawan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Gesti Mutiara Dewi dan Erna Umilia (2018) mengenai Arahan Pengembangan Pariwisata Berdasarkan adaptasi teori siklus hidup pariwisata di kabupaten ponorogo. Yang menyebutkan bahwa penambahan araksi yang lebih beragam pada waktu tertentu untuk terus menarik pengunjung sehingga tidak menimbulkan rasa jenuh pada wisatawan (Dewi & Umilia, 2018).

e. *Stagnation Phase*

Perkembangan pariwisata pada dasarnya tidak mengalami perubahan pada fase ini, meskipun potensi wisatawan dan sektor pariwisata telah dimanfaatkan secara maksimal. Penanda fase ini adalah :

- 1) Tingkat Kunjungan Relative sama dengan Sebelumnya
 Tingkat kunjungan pada Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang masih terbilang positif, pengunjung ramai saat hari libur dan weekend. Walaupun pengunjung mifan hanya ramai saat weekend tetapi untuk jumlah kunjungan per bulannya masih stabil.
- 2) Fasilitas Kurang Terkontrol
 Untuk menjaga agar fasilitas yang ada tetap terkontrol dengan baik, setiap fasilitas yang ada di mifan seperti waterpark, penginapan dan drypark nya sudah ada disediakan penanggung jawab di setiap bagian tersebut, dan juga ada hari khusus untuk pembersihan area dan pemeliharaan fasilitas, sehingga fasilitas-fasilitas yang ada di Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang tetap terjaga dengan baik.

f. *Decline Phase*

Pada tahap ini, pengunjung terutama yang hanya berkunjung pada akhir pekan menjadi tidak tertarik lagi pada tempat wisata tersebut dan mulai berpindah ke tempat wisata baru atau saingannya. Penanda fase ini adalah :

- 1) Selera wisatawan berpindah ke destinasi lain
 Kehadiran tempat-tempat wisata baru, menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah wisatawan, dimana Karena lebih murah biaya di destinasi wisata lain selain Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, pengunjung sudah mulai berpindah ke sana, setiap wisatawan membayar masuk Rp. 50.000/Orang, dan di

objek wisata yang lain wisatawan hanya membayar per mobil/ motor tidak per orang. Walaupun ada tempat wisata baru yang hampir mirip dengan mifan dan lebih murah harganya, pengunjung mifan masih memilih mifan sebagai Lokasi wisata untuk menikmati hari liburan bagi keluarga.

2) Banyak fasilitas yang sudah di alih fungsikan

Beberapa fasilitas yang ada di mifan ada yang tidak aktif lagi atau bisa dikatakan jarang digunakan oleh wisatawan tetapi tidak dialih fungsikan, setiap fasilitas yang ada tetap pada fungsinya masing-masing.

3) Adanya penurunan harga

Mifan *waterpark and resort* Padang Panjang mulai menurunkan harga tiket masuk yang sebelumnya dikenakan Rp. 50.000/Orang, sekarang menjadi Rp. 35.000/Orang. Penurunan harga mulai dilakukan oleh Mifan pada tahun 2021 ketika masa covid.

g. *Rejuvenation Phase*

Dalam inisiatif untuk memperbaiki keadaan selama periode stagnasi, jumlah pengunjung ke lokasi tersebut mulai meningkat selama fase ini, adapun indikator-indikator pada fase ini adalah:

1) Adanya inovasi dan pengembangan produk baru ataupun meningkatkan kualitas produk yang sudah ada

Inovasi yang telah dilakukan oleh Mifan *waterpark and resort* sudah melakukan inovasi berupa memperbaharui desain, penambahan fasilitas-fasilitas dan permainan seperti sepeda listrik, Flying Fox, perubahan sistem pemesanan penginapan.

2. *Evaluasi Tourism Area Life Cycle* pada Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang

Tujuan dari penilaian siklus hidup pariwisata Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang adalah untuk memastikan lokasi geografis taman tersebut. Untuk menjelaskan dan mendeskripsikan keistimewaan Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang berdasarkan indikator dan variabel yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya, maka evaluasi ini dilakukan dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif.

Salah satu lokasi wisata air yang menarik wisatawan adalah Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang. Ketika Mifan Waterpark Padang Panjang pertama kali dibuka pada tahun 2008, Mifan merupakan salah satu lokasi wisata terlengkap dan terintegrasi di Sumatera Barat. Upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan potensi pariwisata melalui fasilitas hiburan yang kekinian dan memikat bagi pengunjung domestik maupun internasional ditunjukkan dengan didirikannya Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang.

Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang hadir dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan, saat awal berdirinya Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang, mifan sudah dilengkapi dengan penginapan, area bermain *water park and dry park* mifan juga menyediakan fasilitas berbelanja makanan dan juga perlengkapan renang.

Siklus Kehidupan pariwisata (*Tourism Area Life Cycle*) yang dipaparkan oleh butler terdiri dari 7 fase perkembangan mulai dari *Exploration Phase* (penemuan), Tahapan keterlibatan, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, penurunan, dan peremajaan. Fase perkembangan pada mifan, saat awal berdirinya Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang pada tahun 2008, mifan sudah berada pada fase *Development phase* (pengembangan) Hingga tahun 2016, ini terjadi karena Mifan *Waterpark and Resort* Padang Panjang sudah mencapai indikator yang ada pada *Development phase* yaitu, Jumlah kunjungan sangat tinggi,

Investasi mulai masuk, Fasilitas mulai dikembangkan, Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi, Promosi mulai intensif.

Ini sejalan dengan hasil penelitian oleh (Damanik et al., 2018) yang berjudul “Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Di Indonesia Analisis Berdasarkan Data Makro Badan Pusat Statistik, 2002- 2012”, dimana pada penelitian ini menyebutkan bahwa sebuah destinasi dikatakan berada di fase *Development* jika sebuah destinasi tersebut sudah mulai masuk investor dari luar, pasar wisata relatif terpola dan cenderung bersifat massal (*Mass Tourism*), mulai beragamnya atraksi. Pada fase ini biasanya destinasi mulai dikelola oleh swasta maupun pemerintah.

Pada tahun 2017 hingga 2020 Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang sudah berada pada fase *Consolidation*. Fase ini ditandai dengan tingkat kunjungan yang mulai menurun. Ini hampir sama dengan penelitian (Damanik et al., 2018) yang berjudul “Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Di Indonesia Analisis Berdasarkan Data Makro Badan Pusat Statistik, 2002- 2012”, yang menyebutkan bahwa destinasi wisata pada fase konsolidasi mengalami penurunan tingkat kunjungan walaupun secara angka tidak terlalu erlihat, hal yang paling menonjol pada fase ini adalah ekonomi masyarakat didominasi oleh lembaga atau unit yang berkaitan dengan pariwisata. Tetapi pada mifan waktivitas masyarakat (pedagang) tidak didominasi oleh unit/ lembaga terkait tetapi karena menurunnya jumlah wisatawan, ini terjadi karena kurangnya inovasi/penambahan atraksi, ini sejalan dengan penelitian (Dewi & Umilia, 2018), yang menyebutkan bahwa dengan penambahan atraksi dan melakukan inovasi pada waktu-waktu tertentu dapat menarik pengunjung untuk datang, dan dapat menghilangkan kejenuhan pada wisatawan

Pada tahun 2020 hingga sekarang mifan berada pada tahap *stagnation* menuju *rejuvenation*, karena mifan berada pada tahap dimana tingkat kunjungan yang menurun tetapi masih dalam golongan

positif, tingkat pengunjung yang ramai saat weekend menunjukkan bahwa pengunjung masih menjadikan mifan sebagai tempat wisata yang diminati ketika weekend dan hari libur, untuk menikmati hari keluarga. Kenapa mifan dikatakan berada pada fase *stagnation* menuju *rejuvenation*, karena mifan mulai melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan lagi kualitas dari destinasi tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut Teori Siklus Hidup Pariwisata atau *Tourism Area Life Cycle (TALC)*, pada dasarnya ada tujuh (tujuh) tahapan yang terlibat dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Diantaranya adalah sebagai berikut: eksplorasi (*discovery*), keterlibatan (*involvement*), pengembangan (*development*), konsolidasi (*consolidation*), stagnasi (*stagnasi*), kemunduran (*decrease*), dan peremajaan (*rejuvenation*). Jadi Mifan Waterpark and resort Padang Panjang hanya melewati 3 Fase yaitu (*development*), konsolidasi (*consolidation*), dan stagnation (*stagnasi*) menuju Rejuvenation.

pada tahun pertama didirikannya Mifan Waterpark and resort Padang Panjang, mifan sudah berada pada fase Development phase (pengembangan) Hingga tahun 2016, ini terjadi karena Mifan Waterpark and Resort Padang Panjang sudah mencapai indikator yang ada pada Development phase yaitu, Jumlah kunjungan sangat tinggi, Investasi mulai masuk, Fasilitas mulai dikembangkan, Sudah terbentuknya manajemen atau organisasi, Promosi mulai intensif.

Pada tahun 2017 hingga 2020 Mifan Waterpark and resort Padang Panjang sudah berada pada fase *Consolidation*. Fase ini ditandai dengan tingkat kunjungan yang mulai menurun. Pada tahun 2020 hingga sekarang mifan berada pada tahap stagnation menuju rejuvenation, karena mifan berada pada tahap dimana tingkat kunjungan yang menurun tetapi masih dalam golongan positif, mifan dapat dikatakan berada pada fase *stagnation* menuju rejuvenation, karena mifan mulai melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan lagi kualitas dari destinasi tersebut, seperti adanya penyediaan sepeda listrik, Flying Fox, perubahan sistem pemesanan penginapan dan melakukan promosi yang lebih gencar dengan promosi ke sekolah-sekolah, lembaga atau perusahaan.

B. Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Mifan Waterpark dan resort Padang Panjang dapat menentukan kebijakan apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas dan mendongkrak jumlah pengunjung destinasi Mifan Waterpark dan resort Padang Panjang dengan memahami siklus hidup pendiriannya.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap penilaian siklus hidup di Mifan Waterpark dan Resort Padang Panjang. Peneliti memiliki beberapa saran yang disampaikan dengan harapan dapat dijadikan acuan dalam mewujudkan suatu konsep yang lebih baik yaitu:

1. Bagi pihak pengelola Mifan *Waterpark and resort* Padang Panjang
 - a) Diharapkan dapat melakukan inovasi secara berkelanjutan agar tidak menimbulkan kejenuhan bagi wisatawan yang berkunjung,
 - b) Diharapkan agar mifan dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai alat promosi agar dapat menjangkau dan memperkenalkan kepada calon pengunjung
 - c) Diharapkan agar mifan dapat menyesuaikan kebutuhan pasar.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh terhadap inovasi atau pembaharuan pada suatu destinasi yang dapat mempengaruhi siklus kehidupan suatu destinasi
 - b) Diharapkan dapat melakukan penelitian selanjutnya bisa membandingkan berbagai destinasi untuk memahami bagaimana faktor-faktor yang berbeda mempengaruhi siklus kehidupan suatu destinasi

DAFTAR PUSTAKA

- Butler, R. W. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Imprint of Multilingual Matters Ltd.
- Butler, R. W. (1980). *The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management of Resources*. *Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Damanik, J., Wijayanti, A., & Nugraha, A. (2018). *PERKEMBANGAN SIKLUS HIDUP DESTINASI PARIWISATA DI INDONESIA Analisis Berdasarkan Data Makro Badan Pusat Statistik, 2002- 2012*. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.59470>
- Darma, I. G. K. I. P., Wiwin, I. W., & Kristina, N. M. R. (2022). *Siklus Hidup (Lifecycle) Pada Ekowisata Bukit Cemeng Sidembunut Bangli*. *Jurnal Kepariwisataan*, 21(2), 144–154. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i2.800>
- Dewi, G. M., & Umilia, E. (2018). *Arahan Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Adaptasi Teori Siklus Hidup Pariwisata di Kabupaten Ponorogo*. *Jurnal Teknik ITS*, 7(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v7i2.34141>
- Difa, M., Abiyuu, N., Putri, S., Amanda, G., Teti, Y., & Pratiwi, D. (2023). *Analisis Minat Berkunjung Kembali Generasi Z ke Objek Wisata Mifan Waterpark Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru*. 2(1).
- Dinas Pariwisata Padang panjang. (2020). *Padang Panjang Tourism Guide Book* /. 1–39.
- Dwi W., H., & Subekti N., B. (2017). *Upaya Indonesia Meningkatkan Pariwisata Maritim melalui Diplomasi Kebudayaan di Asia Tenggara*. *Indonesian Perspective*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.14710/ip.v2i1.15554>
- Elistia. (2020). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid-19 Elistia 1,*. Perkembangan Dan Dampak Pariwisata Di Indonesia Masa Pandemi Covid 19, Vol. 1177, 1–16*.
- Febrina, N., Char, I. M., & Waryono. (2015). *Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata*. *Journal of Home Economics and Tourism*, 9(2), 72552.
- Meutuah, Z. N., Caisarina, I., & Dewi, C. (2022). *Pemetaan Komponen Pariwisata (6A) Untuk Perencanaan Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Gampong Naga Uumbang, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur Dan Perencanaan*, 6(4), 118–124. <https://jim.usk.ac.id/ArsitekturPWK/article/view/21489>

- Nasrullah, Widodo, muji listyo, Yuniarti, E., Faried, A. I., Suryani, W., Hesty, R. S., Noviana, L., Utami, M. P., Yulianie, F., Hermovianty, F. R., Mustriani, N., Sonder, I. W., & Pratiwi, I. I. (2023). *Perencanaan Destinasi Pariwisata*.
- Purnama, D., & Rahmidani, R. (2023). *Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23754–23760.
- Purnomo, A., Farida, I., & Vandika, A. Y. (2019). *Potensi pariwisata kabupaten pesawaran provinsi lampung*. Pusaka Media. <https://ubl.ac.id/monograph-ubl/index.php/Monograf/catalog/download/66/84/392-1?inline=1>
- Putri, R. R. (2017). *Pengaruh Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Minang Fantasi Waterpark and Resort di Kota Padang Panjang Serta pada Loyalitas Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1), 71–78. <http://repository.upi.edu/21992>
- Rojabi, S. H., Ulya, B. nikmatul, Arianty, A. A. S., Suteja, W., Ariawan, W. A. P., Minanda, H., Putra, P. G. P., Kurniansah, R., Koondoko, Y. Y. F., Suryaningsih, I. A. A., Budiatiningsih, M., Aditya, I. W. P., Sari, R. J., & Hulfa, I. (2023). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (P. P. Juniarta (ed.)). CV. Intelektual Manifes Media.
- Setiawan, J. (2021). *Model Pengelolaan Pariwisata Alam Berbasis Masyarakat di Zona Tradisional Taman Nasional Gunung Merbabu (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University))*.
- Sugiyono.(2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- _____.(2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. 252.
- Utama, I. G. B. R. (2015). *Analisis Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Bali : kajian ekonomi pariwisata terhadap destinasi*. 3(January), 0–26.
- Zaky, M., & Lubis, M. (2020). *Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis Ovop (One Village One Product)*. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(1).
- Zelmiati. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Minang Fantasi Kota Padang Panjang*. *Ekp*.