



**STRATEGI PENGEMBANGAN PANORAMA TABEK PATAH  
SEBAGAI OBJEK WISATA UNGGULAN  
DI KABUPATEN TANAH DATAR**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat Penelitian Dalam Rangka Meraih Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*

**Oleh :**

**OKTARINA YUSRIA ZETTA  
NIM. 2030406024**

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



**STRATEGY FOR DEVELOPING THE PANORAMA TABEK PATAH  
AS A LEADING TOURIST ATTRACTION IN  
TANAH DATAR DISTRICT**

**Thesis**

*Written as a Requirement for Obtaining a Bachelor's Degree  
(S-1) Department of Sharia Tourism  
Faculty of Islamic Economics and Business*

**By :**

**OKTARINA YUSRIA ZETTA  
NIM. 2030406024**

**SHARIA TOURISM DEPARTMENT  
FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS AND BUSINESS  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY (UIN) MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
2025**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Oktarina Yusria Zetta  
NIM : 2030406024  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi :Pariwisata Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul “strategi pengembangan panorama tabek patah sebagai objek wisata unggulan di kabupaten tanah datar” adalah karya sendiri bukan plagiat, apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, Februari 2025  
Saya yang menyatakan,

**OKTARINA YUSRIA ZETTA**  
**NIM. 2030406024**

## **BIODATA PENULIS**

Nama : Oktarina Yusria Zetta  
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 18 Oktober 2001  
NIM : 2030406024  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Pariwisata Syariah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Mahasiswi  
Agama : Islam  
Alamat : Jorong Piliang, Nagari Limo Kaum, Kecamatan  
Lima Kaum, Kabupaten Tanah datar  
Email : Oktarinayusria@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. 2008-2014 : SDN 33 PILIANG
2. 2014-2017 : SMPN 3 BATUSANGKAR
3. 2017-2020 : SMAN 1 RAMBATAN
4. 2020-2024 : UIN MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR

Nama Orang Tua

Ayah : Yusrizal  
Ibu : Elidawati  
Anak ke/dari : Kedua dari 3 bersaudara

## ABSTRAK

**Oktarina Yusria Zetta 2030406024 (2025) judul Skripsi :  
“Strategi Pengembangan Panorama Tabek Patah Sebagai Objek  
Wisata Unggulan Di Kabupaten Tanah Datar”** Program Studi Pariwisata  
Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus  
Batusangkar.

Panorama Tabek Patah merupakan sebuah kawasan wisata alam yang terletak di kabupaten Tanah Datar yang memiliki potensi besar dalam perkembangan pariwisata lokal. Namun, meskipun begitu pengembangan wisata di Panorama Tabek Patah ini masih belum maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan Panorama Tabek Patah sebagai objek wisata unggulan di Kabupaten Tanah Datar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan dan analisis SOAR. Teknik penjamin keabsahan data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai strategi pengembangan objek wisata panorama tabek patah sebagai daya tarik wisata alam di kabupaten tanah datar, terbentuk 4 alternatif strategi pengembangan untuk dilakukan yaitu, strategi SA yaitu membentuk paket wisata. Strategi OA yaitu membuat stand untuk masyarakat yang memiliki usaha. Strategi SR pembelajaran bahasa asing dan pelatihan tour guide untuk masyarakat lokal. Strategi OR yaitu melakukan kerjasama dengan agen wisata dan mengenalkan produk UMKM. Penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya strategi pengembangan objek wisata panorama tabek patah sebagai daya tarik wisata alam di kabupaten tanah datar juga dipengaruhi oleh 3 (Tiga) unsur yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Panorama Tabek Patah, Wisata Unggulan.**

## **ABSTRACT**

**Oktarina Yusria Zetta 2030406024 (2025) Thesis title: "Strategy for Development of Tabek Patah Panorama as a Leading Tourist Attraction in Tanah Datar Regency"** Sharia Tourism Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

Tabek Patah Panorama is a natural tourist area located in Tanah Datar district which has great potential in the development of local tourism. However, despite this, tourism development in Panorama Tabek Patah is still not optimal. This research aims to identify and analyze strategies for developing the Tabek Patah Panorama as a leading tourist attraction in Tanah Datar Regency.

This research uses a qualitative descriptive research method. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is using data reduction, data presentation, and drawing conclusions and SOAR analysis. Techniques to guarantee the validity of the data, in this study the researchers used triangulation techniques.

Based on the results of the research that the author has carried out regarding the strategy for developing the Panoramic Tabek Broken tourist attraction as a natural tourist attraction in Tanah Datar Regency, 4 alternative development strategies have been formed, namely, the SA strategy, namely forming tourist packages. OA's strategy is to create stands for people who have businesses. SR strategy for foreign language learning and tour guide training for local communities. OR's strategy is to collaborate with tourism agents and introduce MSME products. The author can draw the conclusion that the strategy for developing the Panoramic Tabek Broken tourist attraction as a natural tourist attraction in Tanah Datar Regency is also influenced by 3 (three) elements, namely attractions, amenities, accessibility.

**Keywords : Development Strategy, Panorama of Tabek Patah, Featured Tourism.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga peneliti masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Panorama Tabek Patah Sebagai Objek Wisata Unggulan Di Kabupaten Tanah Datar”** sebagai salah satu syarat untuk **mendapatkan gelar sarjana.”**

Sholawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan umat Islam, yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini. Skripsi ini terutama dipersembahkan kepada kedua orang tua penulis ayah Yusrizal dan Ibu Elidawati yang telah memberikan dukungan penuh dalam perkuliahan serta selalu mendo’akan penulis, sehingga penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini bisa diselesaikan karena Allah telah mengabulkan do’a dan harapan ayahanda dan ibunda.

Selesaiannya penulisan skripsi ini tak lepas dari berbagai pihak yang ikut serta dalam menghadapi berbagai macam kesulitan dan berbagai rintangan yang terjadi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam dan setulus hati serta rasa penghargaan yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik dalam bentuk moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada :

1. Rektor Universitas Mahmud Yunus Batusangkar, Bapak Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag,MA.,M.Res.,Ph.D .
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. H. Rizal, M.Ag,CRP
3. Ketua Program Studi Pariwisata Syariah, Ibu Siska Febriyanti S.,M.Pd.E beserta staff pengurus Program Studi Pariwisata Syariah yang telah memberikan kesempatan dan dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Revi Chandra, S.Pd, M.Ak selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan akademik.
5. Bapak Harry Yulianda S.St.Par, M.M.Par selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan memberikan ilmu yang berharga dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Revi Chandra, S.Pd, M.Ak dan Ibu Febri Rahim, S.Pd, SE., ME selaku Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan saran

sehingga penulis bisa mengetahui kekurangan dan memperbaiki kesalahan pada skripsi ini, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan benar.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, beserta staff Universitas Mahmud Yunus Batusangkar yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
8. Pengelola Objek Wisata Panorama Tabek Patah Bapak Sudirman dan Kak Mega yang telah meluangkan waktunya untuk memberi informasi dan izin penelitian kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk kedua orang tua Yusrizal (ayah) dan Elidawati (ibu) beserta saudara kandung saya Nanda Yuliandika Yusri S.Pd dan Refa Maidatul Yusri yang telah memberikan motivasi, semangat, dukungan dan memberikan do'a kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan yang telah kebersamai penulis serta memberikan dukungan kepada penulis. Sekaligus kepada teman tersayang Yulia yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Terkhusus Kakak sekaligus partner dalam hal apapun, Yulia Hastuti, SE, ME yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini serta memberikan dukungan dan selalu mengapresiasi setiap pencapaian penulis.
12. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah mau berjuang sampai di titik ini meskipun itu tidak mudah. Terima kasih sudah tetap bertahan hidup dan berusaha okta. Mari kita lanjutkan perjalanan berikutnya.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan bantuan kritik dan saran agar membuat skripsi ini menjadi sempurna. Semoga Allah SWT sentiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga ilmu yang telah didapatkan bermanfaat bagi semua pihak.

Batusangkar, Februari 2025  
Penulis

**Oktarina Yusria Zetta**  
**NIM. 2030406024**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Sub Fokus Penelitian .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian.....	8
G. Definisi Istilah .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Pariwisata.....	9
2. Jenis- Jenis Wisata .....	12
3. Wisatawan.....	14
4. Strategi Pengembangan.....	17
5. Objek Wisata.....	22
6. Wisata Unggulan.....	24
B. Kajian Penelitian Relevan .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Latar dan Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Subjek Penelitian .....	31
D. Instrumen Penelitian .....	32
E. Sumber Data .....	32
F. Teknik Pengumpulan Data .....	32
G. Teknik Analisis Data .....	33
H. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>36</b>

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
1. Sejarah Panorama Tabek Patah.....	36
2. Letak Panorama Tabek Patah .....	38
3. Visi dan Misi Panorama Tabek Patah.....	38
B. Temuan Penelitian .....	39
1. Atraksi.....	39
2. Amenitas .....	42
3. Aksesibilitas.....	45
C. Pembahasan .....	47
1. Strategi SA (Strengths and Aspiration) .....	49
2. Strategi OA (Opportunities and Aspiration).....	49
3. Strategi SR (Strengths and Result) .....	50
4. Strategi OR (Opportunities and Result).....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan.....	52
B. Implikasi .....	53
C. Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	31
Tabel 4. 1 SOAR Atraksi di Panorama Tabek Patah .....	41
Tabel 4. 2 Matriks SOAR Amenitas di Panorama Tabek Patah .....	44
Tabel 4. 3 Matriks SOAR Aksesibilitas Panorama Tabek Patah .....	46
Tabel 4. 4 Matriks SOAR.....	48

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Berbagai pengertian pariwisata sangat banyak dijelaskan oleh para ahli-ahli pariwisata, seperti organisasi pariwisata dunia (*World Tourism Organization*) yang mengemukakan definisi “*The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose,*”

Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak – pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri di suatu negara.

Pariwisata merupakan sektor industri yang harus dikembangkan untuk membantu perekonomian nasional. Sektor pariwisata mempunyai peran penting sebagai salah satu sumber penerimaan devisa, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran serta meningkatkan produktivitas suatu negara pada era new normal seperti saat ini. Pembangunan kepariwisataan memiliki tujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan kesejahteraan ekonomi suatu negara.

Dalam Undang- undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan juga dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan

didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah Bab 1, pasal 1, ayat 3.

Pembangunan pariwisata pada hakikatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki daerah dalam mewujudkan kekayaan alam yang indah dan keanekaragaman flora dan fauna, tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah purbakala. Upaya ini harus sejalan dengan pengembangan jasa dan sarana pariwisata agar memperoleh hasil yang optimal. Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10, Tahun 2009 tentang kepariwisataan digariskan bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan bangsa Indonesia. Dalam menghadapi perubahan global dan penguatan hak pribadi masyarakat untuk menikmati waktu luang dengan berwisata, perlu dilakukan pembangunan kepariwisataan yang tertumpu pada keanekaragaman, keunikan dan kekhasan bangsa dengan tetap menempatkan kebhinekaan sebagai sesuatu yang hakiki dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Indonesia memiliki beraneka ragam wisata dan budaya yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, mulai dari tempat wisata dan obyek wisata yang kaya akan keindahan wisata alam, taman wisata, taman budaya dan wisata kulinernya. Objek-objek wisata yang ada di Indonesia diantaranya yaitu, Diamond Beach di Nusa Penida Bali, Pulau Komodo, Raja Ampat, Taman Laut Bunaken, Kawah Ijen, Tana Toraja Sulawesi Selatan, Danau Toba, Desa Wae Rebo, Banda Neira dll. Seluruh objek wisata tersebut berada di berbagai provinsi yang ada di Indonesia yang membuktikan kekayaan alam Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Sebagai salah satu provinsi di Indonesia Sumatera Barat menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun domestik. Provinsi Sumatera Barat sebagai salah satu provinsi yang juga memiliki beberapa kawasan objek wisata yang dapat diunggulkan diberikan kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan potensi wisata yang dimiliki tersebut. Provinsi Sumatera Barat memiliki berbagai macam Kabupaten yang memiliki ketersediaan objek wisata yang menarik. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi dan daya tarik wisata yang dapat diunggulkan, adalah Kabupaten Tanah Datar.

Di bidang Pariwisata, Kabupaten Tanah Datar mempunyai potensi pariwisata yang besar. Potensi wisata tersebut berupa budaya ataupun keindahan alam. Dari potensi wisata tersebut, yang sangat prospektif dikembangkan adalah jenis obyek wisata alam dan wisata budaya dengan atraksi-atraksi budaya lainnya. Kegiatan pariwisata berkaitan erat dengan tingkat perekonomian yang dicapai oleh suatu negara. Dengan semakin meningkatnya perekonomian saat ini, maka peranan pariwisata dalam mendorong perekonomian juga akan semakin tinggi. Didalam menyelenggarakan otonomi, daerah mempunyai kewajiban diantaranya yaitu mengembangkan sumber daya produktif di daerah, melestarikan lingkungan hidup, menyediakan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang layak, menyusun perencanaan dan tata ruang daerah. Semakin tinggi tingkat perekonomian yang dicapai, maka kegiatan pariwisata di negara tersebut juga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan negara yang memiliki tingkat perekonomian lebih rendah dan semakin besar pendapatan seseorang, maka akan semakin besar pula bagian yang disisihkan untuk berpariwisata.

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah yang terletak di Provinsi Sumatera Barat yang dikenal sebagai daerah kota budaya dan kota peninggalan bersejarah. Budaya yang dimilikinya dapat dijadikan sebagai atraksi-atraksi wisata seperti pacu jawi, kesenian randai, festival pagaruyung, bahkan terlibat dalam penyelenggaraan *event* besar nasional yaitu *Tour De*

Singkarak. Sedangkan peninggalan bersejarah yang ada di Kabupaten Tanah Datar seperti Batu Batikam, Batu Basurek, Rumah Nan Tuo dan lain-lainnya. Selain dikenal dengan kota budaya dan sejarah, Kabupaten Tanah Datar juga dikenal dengan daerah yang memiliki kekayaan alam, seperti flora dan fauna, gunung, cagar alam, hutan lindung dan baru- baru ini Kabupaten Tanah Datar, Nagari Pariangan dengan keindahan alamnya termasuk desa terindah didunia yang berpotensi sebagai objek wisata.

Objek- objek wisata populer yang menjadi daerah tujuan wisatawan di kabupaten Tanah Datar, yaitu Air Terjun Lembah Anai, Lembah Harau, Istan Basa Pagaruyung, Puncak Pato, Aua Sarumpun, Nagari Tuo Pariangan, Danau Singkarak, Batu Angkek- Angkek dan Panorama Tabek Patah. Dari objek wisata tersebut Panorama Tabek Patah termasuk ke dalam salah satu daerah tujuan wisata di Kabupaten Tanah Datar. Panorama Tabek Patah termasuk ke dalam jenis wisata alam dan edukasi yang menawarkan keindahan alam dan pengetahuan berwisata. Objek wisata ini berada di Puncak Bukit Benteng Nagari Tabek Patah, Kecamatan Salimpaung. Panorama Tabek Patah yang berjarak 19 Km dari pusat kota Batusangkar ini memiliki pemandangan yang sangat bagus, berada di samping perbukitan pinus serta dapat melihat hamparan sawah yang sangat luas.

Jika melihat dari potensi yang dimiliki oleh Objek Wisata Panorama Tabek Patah ini maka hal itu sesuai dengan peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata PM.37/UM.001/MKP/07 tentang kriteria dan keunggulan destinasi pariwisata sekurang-kurangnya meliputi: Ketersediaan sumberdaya dan daya tarik wisata; Fasilitas pariwisata dan fasilitas umum; Aksesibilitas; Kesiapan dan keterlibatan masyarakat; Potensi pasar; Posisi strategi pariwisata dalam pembangunan daerah. Pembangunan pariwisata mempunyai peranan penting karena disamping sebagai penggerak perekonomian juga diharapkan meningkatkan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat selain itu pariwisata juga merupakan salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat akan kepuasan terhadap hal-hal yang bersifat batiniah.

Dalam rangka memanfaatkan peluang pariwisata yang secara prospektif dapat menguntungkan, maka diperlukan juga iklim usaha yang kondusif agar dapat menjamin berlangsungnya kegiatan pariwisata, serta membuka peluang investasi guna meningkatkan aktifitas pariwisata.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, Panorama Tabek Patah ramai dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai kalangan, mulai dari wisatawan remaja, wisatawan keluarga, hingga wisatawan mancanegara. Karena keindahan alamnya banyak wisatawan yang berkunjung dengan tujuan untuk refreshing, eduwisata bahkan juga mengadakan acara camping. Selain itu tiap hari minggu pagi juga selalu diadakan senam pagi di kawasan panorama. Di panorama tabek patah juga ada arena permainan seperti flying fox, sepeda gantung, rumah pohon, tempat untuk berfoto dengan bentuk love atau kupu-kupu yang dibuat untuk menarik perhatian wisatawan. Namun semua fasilitas tersebut sekarang sudah tidak layak untuk dipakai lagi dikarenakan pada saat covid 2019 pemerintah menutup semua tempat wisata termasuk panorama tabek patah. Tutup nya panorama membuat semua aktivitas wisata terhenti dan tidak ada pemasukan bagi masyarakat sekitar tempat wisata dan juga pengelola.

Setelah melewati masa pandemi selama kurang lebih 2 tahun akhirnya panorama kembali dibuka untuk wisatawan. Tetapi meskipun begitu banyak perubahan yang terjadi selama masa itu, mulai dari penurunan jumlah kunjungan wisatawan hingga keadaan prasarana yang menjadi rusak dan tidak dapat dipergunakan lagi karena tidak adanya perawatan selama tutup dan dibiarkan terbengkalai begitu saja. Contohnya seperti arena flying fox dan sepeda gantung yang sudah tidak layak dipergunakan lagi, keadaan toilet yang kurang memadai dan mushalla yang tidak layak untuk dipakai lagi.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak Sudirman selaku pengelola, bahwa di objek wisata ini masih banyak hal yang perlu dikembangkan untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan karena di objek wisata ini mempunyai potensi yang bagus, serta

pemandangan yang indah sehingga dapat menyalurkan bakat dan hobi pengunjung dalam bidang fotografi.

**Tabel 1. 1**  
**Data kunjungan wisatawan Panorama Tabek Patah**

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)
1.	2019	31.526
2.	2020	-
3.	2021	-
4.	2022	9.018
5.	2023	13.140
6.	2024	13.468

*Sumber : Pengelola Objek Wisata Panorama Tabek Patah*

Berdasarkan data kunjungan yang penulis dapatkan dari pengelola terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Objek Panorama Tabek Patah dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan yang drastis akibat pandemi covid-19.

Melihat dari fenomena yang terjadi di Objek wisata, analisis yang dilakukan untuk strategi pengembangan di Objek ini yaitu Analisis SOAR (Strength, opportunity, Aspirations, Result), yang merupakan alternatif dari analisis SWOT.

Berdasarkan observasi awal terhadap Aisyah dan Ragil selaku wisatawan asal Baso yang berkunjung ke Panorama, Tabek Patah memiliki banyak kelemahan dibandingkan kekuatannya, kelemahan yang dimaksud adalah fasilitas yang sangat minim seperti tidak adanya musholla, toilet/kamar mandinya yang tidak terawat dan minim tempat sampah. Menurut mereka Panorama memiliki potensi yang sangat bagus karena memiliki pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk. Namun, karena pengelolaan dan perhatian dari pemerintah setempat yang minim Panorama menjadi tidak terawat. Untuk itu perlu perhatian khusus agar Tabek Patah bisa berkembang dan ramai dikunjungi oleh wisatawan.

Dari semua uraian yang telah penulis sampaikan bahwa terdapat fakta mengenai kondisi Tabek Patah yang memiliki potensi namun terkendala oleh pengembangan. Maka dari itu penulis ingin mengangkat permasalahan tersebut sebagai skripsi dengan judul **“Strategi Pengembangan Panorama Tabek Patah Sebagai Objek Wisata Unggulan Di Kabupaten Tanah Datar”** dengan tujuan mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan panorama tabek patah agar lebih berkembang dan banyak dikunjungi wisatawan. Sehingga bisa menjadi salah satu objek wisata unggulan di Kabupaten Tanah Datar.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini memfokuskan pada pembahasan mengenai Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Patah Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar untuk menarik kunjungan wisatawan.

## **C. Sub Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, agar permasalahan agar permasalahan tidak melebar dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Patah Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar.

## **D. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu:

1. Atraksi apa yang terdapat di kawasan Panorama Tabek Patah?
2. Bagaimana aksesibilitas menuju destinasi?
3. Sebutkan amenitas/fasilitas apa yang terdapat di destinasi?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui atraksi apa yang terdapat di Objek Wisata Panorama Tabek Patah
2. Untuk mengetahui bagaimana aksesibilitas menuju destinasi
3. Untuk mengetahui amenitas/fasilitas apa yang ada di destinasi

#### **F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian**

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi, kajian dan rujukan akademis sekaligus bagi pihak pengelola serta menambah wawasan bagi peneliti khususnya dan masyarakat umum yang membutuhkan informasi pariwisata secara umum.
2. Bagi akademisi diharapkan mampu memberi manfaat bagi yang berarti bagi mahasiswa lain atau kalangan umum yang melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan dan promosi wisata.

#### **G. Definisi Istilah**

Agar mempermudah dalam memahami judul yang penulis angkat sebagai penelitian, berikut penjelasannya:

1. **Strategi pengembangan** adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang di capai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen) dalam (Tapatfeto et al., 2018).
2. **Objek Wisata** merupakan sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Objek wisata dapat berupa objek wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata olahraga bahkan wisata minat khusus. Segala sesuatu ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ketempat tersebut.
3. **Wisata Unggulan** adalah suatu daya tarik wisata yang memiliki daya saing (the competitive destination) dan mampu bersaing dengan daya tarik wisata ataupun Daerah Tujuan Wisata lainnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pariwisata**

Pariwisata merupakan perpindahan atau perputaran dari satu titik tertentu dan akan kembali lagi ke titik semula, sehingga bernilai suatu perjalanan yang berputar. Pariwisata merupakan sektor di Negara Indonesia yang sedang mengalami peningkatan khususnya dari segi jumlah wisatawan yang datang. Peningkatan tersebut menjadikan pemerintah daerah yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk memperbaiki sektor pariwisata daerah baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Dengan kata lain, pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat (Meyers 2019).

Pengertian pariwisata secara etimologi menurut Yoeti dalam Suryadana & Octaviany (2015), “berasal dari Bahasa Sanskerta yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang memiliki arti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain”. Kata pariwisata yang terdiri atas dua kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Menurut kamus besar bahasa indonesia “wisata” adalah yang memiliki kata yang berarti kata kerja atau piknik. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, Bab 1 pasal 1 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai

fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Pariwisata merupakan salah satu dari industri gaya baru tersebut, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain didalam negara penerima wistawan. (Wahab, 1992 : 5).

Dilihat dari sisi kelembagaannya, pariwisata merupakan lembaga yang dibentuk sebagai upaya manusia memenuhi kebutuhan rekreatifnya. Sebagai sebuah lembaga, pariwisata dapat dilihat dari sisi manajemennya, yakni bagaimana perkembangannya, mulai direncanakan, dikelola, sampai dipasarkan pada pembeli yakni wisatawan. Menurut Kuntowijoyo, dalam Wardiyanta (2006 : 49).

Kepariwisataan adalah segala usaha, kegiatan dan lalu lintas wisata antar negara, atau dengan kata lain yang dilakukan dan diselenggarakan oleh wisatwan-wisatawan di luar negara asalnya, (Darmadji, 2001 : 73).

Parwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan dalam undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tark wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- c. Kepariwisataan adalah 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 daerah dan pengusaha.

- d. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- e. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- f. Kepariwisataan adalah 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 daerah dan pengusaha.
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
- h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- i. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, (Ismayanti, 2010 : 3)
- j. Menurut penulis Pariwisata merupakan seseorang yang melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk rekreasi.

Jadi dapat disimpulkan dari pendapat para ahli diatas bahwasanya pariwisata adalah seorang individu atau kelompok yang melakukan kegiatan perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan wisata dengan alasan untuk liburan. Refreshing atau kegiatan wisata lainnya dan tidak menetap (tinggal). Dalam penelitian penulis, untuk mengetahui strategi pengembangan maka diperlukan dasar dari penelitian ini yaitunya pariwisata.

## 2. Jenis- Jenis Wisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Menurut ismayanti jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut:

### a. Wisata Kuliner

Wisata ini semata-mata bukan hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya.

### b. Wisata Olahraga

Kegiatan wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga yang aktif mengharuskan wisatawan melakukan gerakan olah tubuh secara langsung. Kegiatan lain disebut kegiatan pasif, dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, tetapi menjadi penikmat dan menjadi pecinta olahraga saja.

### c. Wisata Komersil

Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

### d. Wisata Bahari

Perjalanan yang banyak dikaitkan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut.

### e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa atau pelajar, orang-orang awam kesuatu tempat perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian.

f. Wisata Bulan Madu

Suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

g. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata yang banyak diselenggarakan oleh suatu agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau cagar alam, taman lindung, pegunungan, hutan daerah dan sebagainya, yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-undang.

Beberapa jenis wisata yang ada dan dapat dijadikan alternatif wisatawan antara lain (Pramita Kusuma, 2017 : 23-39) :

a. Wisata Budaya

Merupakan sebuah konsep pariwisata dimana wisatawan datang untuk mengunjungi sebuah objek atau masyarakat untuk menikmati budaya mereka.

b. Wisata Alam

Merupakan jenis wisata yang paling populer di negara ini atau di belahan bumi manapun. Wisata alam menawarkan panorama dan keindahan alam langsung dari Tuhan.

c. Wisata Sejarah

Wisata sejarah sering kali dikaitkan dengan berbagai objek yang memiliki nilai sejarah tinggi di masa lalu. Wisata ini cocok untuk dijadikan alternatif pembelajaran pada anak sekolah.

d. Wisata Kuliner

Merupakan jenis wisata baru yang meledak karena tuntutan zaman dan gaya hidup masyarakat.

e. Wisata Religi

Wisata religi ini sebenarnya sudah ada sejak dahulu karena kebutuhan rohani seseorang yang rela melakukan perjalanan jauh untuk

sekedar berziarah kemakam leluhur atau ulama yang pernah menjadi tokoh sentral dalam agama dan kepercayaan mereka.

f. Wisata Belanja

Merupakan salah satu jenis wisata yang bisa dikatakan menguras kantong wisatawan, belanja merupakan sebuah aktivitas dimana seseorang mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan.

g. Agrowisata

Sering juga disebut sebagai wisata pertanian karena wisatawan mengunjungi atau menjelajahi sebuah area pertanian atau perkebunan yang luas dengan karakter tertentu.

h. Wisata Adventure atau Jelajah Alam

Salah satu jenis wisata yang membutuhkan keberanian dan kondisi fisik yang baik. Wisata ini menggunakan kendaraan sebagai sarana pertualangan ataupun hanya menggunakan tangan dan kaki sebagai media jelajah.

### 3. Wisatawan

Wisatawan merupakan istilah yang ditujukan kepada orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Prinsip seseorang yang dikatakan melakukan perjalanan wisata adalah mencari dan memperoleh kesenangan dengan berbagai motif perjalanan, tetapi bukan untuk mencari nafkah (Arjana, 2016).

Menurut Swarbrooke dan Horner (Ismayanti, 2010 : 3) mengidentifikasi empat jenis wisatawan yaitu:

- a. Wisatawan Massal kelompok atau *Organized Mass Tourist*
- b. Wisatawan Massal Individu atau *Individual Mass Tourist*
- c. Penjelajah atau *Explorer*
- d. Petualang atau *Drifter*

Wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata.

Terlaksananya kegiatan pariwisata tergantung pada adanya interaksi antara wisatawan dan obyek wisata, yang didukung dengan

berbagai sarana prasarana pariwisata. Sebuah obyek wisata akan dikatakan menarik jika banyak dikunjungi wisatawan, (Kuntowijoyo, 2006 : 55)

Wisatawan adalah aktor dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa didalam kehidupan, (Ismayanti, 2010 : 2).

Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. pengertian wisatawan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Wisatawan Nusantara adalah wisatawan dalam negeri atau wisatawan domestik.
- b. Wisatawan Mancanegara adalah warga negara suatu negara yang mengadakan perjalanan wisata keluar lingkungan dari negaranya (memasuki negara lain). (Sihite, 2000 : 49)

Menurut WTO (*World Travel Organization*) definisi wisatawan adalah sebagai berikut:

- a. Wisatawan adalah setiap orang yang berkunjung kesuatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman,dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
- b. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal disuatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut ini:
  - c. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
  - d. Bisnis atau mengunjungi keluarga.

Darmawisata atau *excursionist*, adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam dinegara yang dikunjunginya termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk pesiar yang memasuki negara secara legal, contohnya orang yang hanya tinggal diruang transit pelabuhan udara.

Dalam rangka pengembangan dan pembinaan kepariwisataan di Indonesia, pemerintah telah pula merumuskan batasan tentang wisatawan, seperti yang dituangkan dalam instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 yang memberikan definisi sebagai berikut: “Wisatawan (*tourist*) adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungannya itu”.

Batasan ini walau berlaku untuk wisatawan dalam dan luar negeri, dianggap pengertiannya terlalu luas, sehingga untuk menampung persoalan-persoalan yang mungkin timbul, terutama dalam menentukan atau merumuskan kebijaksanaan masih diperlukan uraian tambahan. Bila kita perhatikan batasan-batasan yang telah dikemukakan terdahulu, maka kita dapat memberi ciri tentang seseorang itu dapat disebut sebagai wisatawan, yaitu:

- a. Perjalanan itu dilakukan lebih dari 24 jam.
- b. Perjalanan itu dilakukannya hanya untuk sementara waktu.
- c. Orang yang melakukannya tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya.

Penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Swarbrooke dan Horner (Ismayanti, 2010 : 3) mengidentifikasi empat jenis wisatawan yaitu: Wisatawan Massal kelompok atau *Organized Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang melakukan kegiatan wisata secara kelompok atau bersama-sama. Wisatawan Massal Individu atau *Individual Mass Tourist*, yaitu Wisatawan yang melakukan kegiatan wisata secara pribadi, atau sendiri.

Jadi dari berbagai pendapat para ahli mengenai wisatawan diatas dapat penulis simpulkan bahwasanya wisatawan adalah aktor atau orang yang melakukan kegiatan wisata, karena tujuan dari didirikannya sebuah tempat wisata adalah untuk dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, dan wisatawan yang datang mengunjungi Panorama Tabek Patah adalah jenis wisatawan kelompok dan wisatawan individu.

#### 4. Strategi Pengembangan

Menurut David (2011: 19) strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun kedepan, dan karena berorientasi ke masa yang akan datang. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsi atau multidivisional serta perlu mempertimbangkan, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

Sedangkan pengembangan adalah kegiatan- kegiatan belajar yang diadakan dalam jangka waktu tertentu guna memperbesar kemungkinan untuk meningkatkan kinerja (Hardjana, 2011: 11).

Strategi pengembangan adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada disuatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun non fisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata.

Menurut Kanom dalam penelitiannya (2015), strategi pengembangan adalah suatu kesatuan rencana yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat, kondisi lingkungan internal dan eksternal objek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan serta berdaya saing tinggi.

Menurut Agus Suryono (2004), strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal yaitu, tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada.

Menurut Suwanto (2004), untuk strategi dalam pengembangan pariwisata terdiri dari :

a. Pemasaran/Promosi

Pemasaran/Promosi adalah hal yang dilakukan untuk memperkenalkan, memberitahu masyarakat banyak mengenai objek wisata pada suatu daerah tersebut.

Lopiyoadi (2009:120) berpendapat bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

b. Aksesibilitas

Adalah keadaan jalan yang akan di lalui pengunjung pada saat menuju tempat wisata. Ketersedia akses jalan yang baik dan lancar akan membuat banyak tertarik untuk berkunjung.

Menurut (Cooper, 1995) Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Disisi lain akses ini diidentifikasi dengan tranferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu kedaerah yang lain.

c. Kawasan Pariwisata

Adalah suatu tempat wisata yang harus dikembangkan oleh pemerintah daerah maupun masyarakat, seperti penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Hal ini berguna untuk sebagai penunjang tempat wisata tersebut.

Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 dijelaskan bahwa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik kawasan perairan. Pengertian kawasan pariwisata juga diungkapkan oleh seorang ahli yaitu Inskeep (1991:77) sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/ relaksasi, pendalaman

suatu pengalaman/ kesehatan). Sedangkan pengertian kawasan pariwisata secara umum adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata.

- d. Jenis Objek Wisata adalah jenis-jenis wisata yang ada di daerah tersebut, contohnya: pegunungan, pantai, budaya, maupun religi.

Menurut Siregar (2017) objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran untuk apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora, fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual.

- e. Produk dari wisata

Adalah segala hal yang ditawarkan dari wisata tersebut. Baik dari segi fasilitas yang disediakan maupun sarana dan prasarana penunjang lainnya.

Menurut Middleton dalam Yoeti (2008, hlm. 16) menjelaskan produk wisata merupakan keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat kediaman biasanya tinggal, selama di daerah tujuan wisata (DTW) atau kota yang ia kunjungi, hingga ia kembali ke kota tempat ia tinggal semula.

- f. Sumber daya manusia

Adalah subjek yang sangat penting dalam melakukan pengembangan pariwisata. Sumber manusia yang membentuk kelompok dengan tujuan untuk mengembangkan pariwisata disebut kelompok sadar wisata.

Menurut Sedarmayanti, (2008:167) sumber daya manusia bertujuan menghasilkan kerangka kerja yang bertalian secara logis dan komperensif untuk mengembangkan lingkungan dimana karyawan didorong belajar berkembang.

g. Kampanye Nasional sadar wisata

Adalah suatu hal yang dilakukan dan dijalankan dengan tujuan untuk memberikan penegasan disiplin terkait kegiatan kepariwisataan, dan setiap pemerintah daerah biasanya telah membentuk suatu kelompok sadar wisata yang anggota kelompok adalah masyarakat sekitar tempat wisata tersebut.

Menurut Dwi Mar'atus Sholehah, kelompok sadar wisata (pokdarwis) memiliki empat peran penting. Peran pertama, yaitu sebagai pelaku pengembangan pembangunan atau sebagai subyek, yang mana pelaku yang dimaksud disini yaitu masyarakat. Peran kedua, sebagai penerima manfaat bahwa masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat, dengan kata lain pengembangan kegiatan pariwisata tersebut dapat memperbaiki kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan dan ikut serta aktif dalam kegiatan tersebut. Peran ketiga, yaitu sebagai penggerak dan menciptakan lingkungan yang kondusif. Peran yang keempat, yaitu mewujudkan sapta pesona dalam masyarakat oleh defenisi diatas, pokdarwis memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam pengembangan pariwisata.

Sebuah destinasi harus memiliki komponen 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas) untuk mendukung aktivitas kepariwisataan pengunjung, seperti yang diungkapkan oleh Holloway, bahwa setiap pariwisata harus mengandung komponen 3A antara lain *attraction*, *accessibility*, dan *amenity* (Holloway, dkk, 2009).

Keberhasilan dan pencapaian sebuah destinasi wisata sangat bergantung pada tiga faktor utama yang dikenal sebagai 3A, yakni daya tarik (*attraction*), kemudahan akses (*accessibility*), dan fasilitas yang tersedia (*amenities*). (T. Hidayat, 2022) menyebutkan bahwa komponen utama dalam produk wisata, yaitu Atraksi atau daya tarik, amenitas, dan aksesibilitas. Konsep 3A ini merupakan komponen utama dari produk wisata yang menjadi perencanaan dan pengembangan pariwisata di Indonesia (T. Hidayat, 2022).

a. Atraksi

Atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat, apa yang bisa dilakukan, apa yang bisa dibeli di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata (Riswandi, 2013). elemen-elemen atraksi dapat berupa keindahan alam Hasil Ciptaan Allah SWT, kegiatan pertunjukan seni dan budaya, sehingga memaknai atraksi tidak hanya sebatas tontonan bagi wisatawan semata, namun wisatawan juga dapat terlibat aktif menjadi pelaku dalam menikmati atraksi wisata.

Sebagaimana disampaikan oleh Setiawan (2015), bahwa Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu

- 1) *Natural Resources* (alami)
- 2) Atraksi *wisata* budaya, dan
- 3) Atraksi *buatan* manusia itu sendiri.

Sementara menurut Suwena (2010) menjelaskan bahwa modal kepariwisataan dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat modal wisata ditemukan (*in situ*) dan di luar tempatnya yang asli (*ex situ*).

#### b. Accessibility

Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur menuju destinasi, akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut (Setiawan, 2015). Menurut Sunaryo (2013), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”.

#### c. Amenities

Amenitas merupakan segala fasilitas pendukung destinasi wisata, Fungsi Amenitas tidak kalah penting dengan fasilitas

aksebilitas, dalam hal ini sarana pendukung amenities sangat menentukan kenyamanan wisatawan ketika berada di lokasi. Meskipun fasilitas dan layanan tambahan tidak terkait langsung dengan pariwisata, namun komponen ini dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan. Tidak dapat kita bayang dalam suatu lokasi wisata tidak tersedia fasilitas toilet, penginapan dan lainnya.

Sugiama (2011) mencoba menjabarkan macam-macam fasilitas amenities antara lain meliputi “serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan (entertainment), tempat-tempat perbelanjaan dan layanan lainnya”. Komplexitas fasilitas pendukung akan berdampak langsung pada kenyamanan wisatawan, dan hasilnya dapat dilihat dari pertambahan jumlah dan lamanya pengunjung di lokasi wisata.

## **5. Objek Wisata**

Objek Wisata menurut Ridwan (2012) merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan.

Selain itu pengertian objek wisata lainnya adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang di dapatkan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang-senang dengan waktu yang cukup lama demi mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata.

### **a. Jenis Objek Wisata**

Penggolongan jenis objek wisata akan dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap objek wisata. Menurut Mappi (2001:30-31).

Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu:

- 1) Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.

- 2) Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.
- 3) Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas organisasi, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam membangun objek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan objek wisata itu sendiri. Pembangunan objek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Keparawisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (tourist) berujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler dan visitor ( I Gde Pitana & I Ketut Surya, 2009:35)

Berdasarkan hal tersebut diatas, objek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya objek wisata pantai Apparalang ini mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki pantai dengan keindahan alamnya juga terdapat campur tangan manusia diantaranya menyediakan sebuah anjungan yang terbuat dari kayu dan beberapa bangunan yang di sediakan.

## 6. Wisata Unggulan

Wisata unggulan dapat didefinisikan sebagai atraksi atau destinasi yang memiliki daya tarik khusus dan dianggap mampu menarik minat wisatawan.

Berikut adalah beberapa pendapat dari ahli mengenai wisata unggulan:

- a. Edward Inskoop: Dalam bukunya tentang perencanaan pariwisata, Inskoop menyatakan bahwa wisata unggulan merupakan faktor penting dalam menarik wisatawan, karena memiliki daya tarik yang khas dan mampu meningkatkan pengalaman wisatawan.
- b. Kotler dan Keller: Dalam "Marketing Management," mereka menekankan pentingnya diferensiasi dalam produk pariwisata, di mana wisata unggulan menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran destinasi untuk menarik pengunjung.
- c. Cater dan Lowman: Mereka menyatakan bahwa wisata unggulan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki nilai sosial dan ekonomi yang dapat mendukung pengembangan komunitas lokal.

Destinasi pariwisata unggulan secara definisi dapat diartikan sebagai suatu daya tarik wisata yang memiliki daya saing (*the competitive destination*) dan mampu bersaing dengan daya tarik wisata ataupun Daerah Tujuan Wisata lainnya. Scott and Lodge (1985:3) menyatakan "*national competitiveness as a country's ability to create, produce, distribute, and/or service products in international trade while earning rising returns on its resources*". Definisi tersebut dapat diartikan sebagai suatu negara tujuan wisata yang unggul harus memiliki kemampuan untuk menciptakan, menghasilkan, menyalurkan, dan atau pelayanan produk dalam perdagangan internasional serta mendapatkan hasil dari sumber daya yang digunakan.

Suatu destinasi agar dapat menjadi unggul dibandingkan dengan destinasi lain harus tersedia dan didukung oleh sumber daya manusia, sumber daya alam dan fisik, pengetahuan, modal, prasarana dan sarana pariwisata, sumber daya sejarah dan budaya, serta besaran ekonomi

yang ada pada daerah tersebut. Pada tahapan unggulan harus disiapkan kecakapan pergerakan dan perluasan sumber daya yang terdiri dari pengawasan dan ketersediaan, perawatan, pertumbuhan dan pengembangan, serta efisiensi dan efektivitas. Pada tahapan berikutnya suatu destinasi harus melihat sisi pasar pariwisata yang sama, yang dilihat dari kategori permintaan terhadap alam, waktu luang yang tersedia dan tepat dalam melaksanakan permintaan, besarnya permintaan maupun trend permintaan di masa yang akan datang. Tahapan berikut persaingan dapat dilihat dari sisi pesaing yang sama yang harus dibedakan mana yang musuh yang merupakan competitor dengan produk yang ditawarkan kepada wisatawan adalah produk sejenis. Pesaing disisi lain juga dapat sebagai aliansi atau mitra yang saling melengkapi dalam penyediaan produk kepada wisatawan. Pada tahapan tujuan antara sumber daya dan unsur- unsur manajemen yang ada harus mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pada tahapan strategi target pasar merupakan implementasi dari tujuan yang sudah ditetapkan untuk membentuk performa suatu destinasi.

## B. Kajian Penelitian Relevan

Berdasarkan tinjauan karya tulis yang relevan, dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis jurnal dan skripsi sebelumnya yang telah menyelesaikan tulisannya yaitu:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Relevan**

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Dayantri, Sri Ramadhani, Muhammad Syahbudi (2024) dalam jurnal yang berjudul	Hasil penelitian strategistrategi pengembangan diatas harapannya	Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama- sama meneliti tentang

	<p>“Analisis strategi Pengembangan Kepariwisata Sejarah di Kota Medan dengan Metode SOAR(Studi Kasus Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara)</p>	<p>dapat menjadi masukan yang dapat diterapkan oleh Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara untuk sekaligus meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) yang disetorkan pada kas daerah. Selain itu juga, Museum sebagai Aset Pariwisata Sejarah yang memiliki peran sangat penting dalam menjaga sejarah dan kelestarian budaya yang ada, harapannya museum dapat lebih diterima, dikenal, dan dicintai oleh masyarakat luas dan</p>	<p>Strategi Pengembangan Berbasis Analisis SOAR. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu penelitian ini menganalisis strategi pengembangan kepariwissataan sejarah di kota medan sedangkan peneliti meneliti tentang Objek Wisata Panorama Tabek Patah sebagai Wisata Unggulan di Kabupten Tanah Datar.</p>
--	---	---	--

		tidak tergerus oleh perkembangan zaman serta harus dapat terus berkembang mengikuti zaman yang semakin maju.	
2.	Rini Yuliarti (2015) dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Mesjid Sebagai Objek Wisata Unggulan Di Kabupaten Kuantan Singingi”	Hasil dari penelitian yaitu Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi sebagai pengelola telah membuat langkah kerja dalam mengembangkan Objek Wisata Danau Mesjid.	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata unggulan. Perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti tentang objek wisata unggulan di kabupaten kuantan singingi sedangkan peneliti meneliti tentang Objek Wisata Panorama Tabek Patah sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar.
3.	Maulida Syafitri, M. Fachri Adnan (2021) dalam jurnal yang berjudul “Strategi	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan hasil	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sam meneliti tentang strategi

	Pengembangan Objek Wisata Rimbo Panti oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata di Kabupaten Pasaman.	menjelaskan tentang strategi pengembangan Objek Wisata Rimbo Panti yang dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata di Kabupaten Pasaman.	pengembangan objek wisata. Perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti tentang Objek Wisata Rimbo Panti di Kabupaten Pasaman sedangkan penulis meneliti Objek Wisata Panorama Tabek Patah di Kabupaten Tanah Datar.
4.	Shofi Unnafi (2022) dalam jurnal yang berjudul “ Analisis Deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3A (Atraksi, Aksesibilitas,Amenitas) Pariwisata	Hasil penelitiannya yaitu dengan menganalisa komponen 3A Desa Wisata Religi Mlangi telah memenuhi sebagai destinasi wisata yang nampak dari atraksi budaya dan sejarah, aksesibiitas dan amenitas.	Persamaan penelitian ini yaitu sama- sama menggunakan komponen 3A (Atraksi, aksesibilitas dan amenitas). Perbedaannya yaitu penelitian ini menganalisis secara deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi sedangkan penulis meneliti Strategi Pengembangan Objek Wisata Tabek Patah.
5.	Rifki Arya Anugrah, Susi Bunga Hutagalung, Tio Sinurat (2024) dala	Hasil penelitian nya yaitu kurangnya fasilitas yang	Persamaan penelitian ini yaitu sama- sama menggunakan konsep

	<p>jurnal yang berjudul “Analisis Konsep 3A dalam Mengembangkan Pariwisata di Desa Denai Lama”.</p>	<p>tersedia dalam konsep 3A di Desa Denai Lama serta banyaknya keluhan pengunjung yang merasa bingung dengan keberadaan lokasi spot center kawasan ini. Terdapat sejumlah objek wisata pendukung lain yang sangat potensial. Namun, masih terdapat beberapa hambatan dan kendala dalam mengembangkan kawasan wisata ini. Dengan adanya alternatif strategi pengembangan pariwisata dapat membantu perkembangan kawasan ini semakin maju dan terpenuhinya semua hal yang dibutuhkan di Desa tersebut.</p>	<p>3A. Perbedaan penelitian ini yaitu pannelitian ini menganalisis Konsep Mengembangkan Pariwisata di Desa Denai Lama sedangkan peneliti meneliti Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Tabek Patah Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar.</p>
--	---	--	---

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Iskandar (2008) dalam Fitra (2012) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah pendekatan sistematis dan subjektif dalam menjelaskan segala sesuatu yang ada di lapangan (bersifat empiris) serta berorientasi kepada upaya untuk memahami fenomena secara menyeluruh.

Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq& Choiri, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data dengan latar ilmiah serta tidak menghitung. Penelitian ini berusaha menggambarkan atau mengetahui fenomena yang terjadi di subjek penelitian.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif analisis SOAR. Dalam metode ini peneliti akan menganalisis tentang analisis SOAR Objek Wisata Panorama Tabek Patah.

##### **B. Latar dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Panorama Tabek Patah yang berlokasi di nagari Tabek Patah, Kecamatan Salimpaung, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Panorama Tabek Patah berjarak sekitar 16 km dari pusat kota Batusangkar atau sekitar 40 menit perjalanan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.

**Tabel 3. 1**  
**Waktu Penelitian**

Kegiatan	Bulan dan Tahun 2024								
	Aprl -	Juli	Agus	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Survei Awal	■								
Pengajuan Judul Proposal		■							
Bimbingan Proposal Skripsi			■	■	■				
Seminar Proposal						■			
Revisi Setelah Seminar							■		
Penelitian							■	■	
Mengelola Hasil Penelitian								■	
Bimbingan Penelitian									■
Munaqasah									■

**A. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda,hal atau orang untuk melekatnya variasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pengelola Objek Wisata Panorama Tabek Patah, tenaga kerja dan wisatawan. Sedangkan yang menjadi objek penelitian nya adalah Panorama Tabek Patah tersebut.dalam penelitian kualitatif hal yang menjadi pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan.

## **B. Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi penelitian, Sanjaya(2011:84). Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Sedangkan instrumen pendukung yaitu pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan serta instrumen yang menunjang kelengkapan berupa, buku catatan, alat tulis, tape recorder, dan alat pendukung lainnya.

## **C. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek penelitian yang dimanfaatkan untuk mencari informasi tentang situasi dan kondisi penelitian.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh melalui hasil observasi lapangan, dokumentasi, dan hasil diskusi yang terpusat dengan para informan dan narasumber.
2. Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari hasil survei awal di Panorama Tabek Patah serta melalui jurnal atau buku- buku yang berhubungan dengan strategi pengembangan wisata unggulan.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian. Observasi kualitatif dapat dilakukan dalam situasi nyata atau di lingkungan yang telah dirancang secara khusus untuk penelitian. Observasi memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengamati interaksi sosial, perilaku, dan konteks yang relevan dengan fenomena yang diteliti (Bogdan & Biklen, 2017).
2. Wawancara

Menurut Saroso (2017:194) wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif.

Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks.

### 3. Dokumentasi

Menurut sugiyono (2016:329) Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, studi dokumen adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi serta wawancara dari penelitian kualitatif. Sehingga pada penelitian ini peneliti berusaha mengumpulkan dokumen yang di dapatkan di lapangan. Menurut Fuad & Sapto (2013 : 61) dokumentasi merupakan salah satu sumber data sekunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi disiapkan karena adanya permintaan dari seorang peneliti. Selanjutnya studi dokumentasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data.

## E. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pekerjaan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substantif.

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari temanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

### 3. Penarik Kesimpulan

Kesimpulan adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut (Siyoto, 2015:121)

### 4. Analisis SOAR

SOAR adalah penggunaan kekuatan dan peluang perusahaan untuk menghasilkan tujuan dan hasil. Analisis SOAR merupakan alternatif dari analisis SWOT sebagai metode perencanaan strategis. Analisis ini memungkinkan anggota organisasi untuk menempa nasib mereka sendiri. SOAR mengubah analisis SWOT yang terkenal, yang berfokus pada kelemahan internal organisasi dan ancaman eksternal, menjadi tujuan perusahaan dan hasil terukur yang ingin dicapai. (Fuadi, 2020:37-38).

Analisis SOAR menurut Stavros & Hinrich merupakan sebuah alternatif terhadap analisis SWOT. SOAR adalah strategi bisnis yang berdasarkan pada seluruh hal positif yang telah ada atau dimiliki oleh sebuah usaha untuk dikembangkan serta dijadikan kelebihan utama. Analisis ini memiliki beberapa indikator yaitu *Strength* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Aspirations* (aspirasi) dan *Results* (hasil).

Kerangka kerja dalam analisis SOAR memiliki fokus pada perumusan serta pelaksanaan strategi yang bersifat positif dengan menggambarkan kekuatan, membangun kreativitas dalam bentuk peluang, mendorong *stakeholder* untuk berbagi aspirasi dan menentukan sebuah ukuran atau hasil yang berarti, sehingga dapat ditemukan strategi pengembangan yang tepat.

Perbedaan dalam pendekatan SOAR adalah mengidentifikasi dan melebarkan kekuatan dan peluang dibandingkan dengan menelusuri masalah, kekuarangan, kelemahan dan ancaman. Kelemahan dan ancaman tidak di abaikan namun hal itu dibingkai ulang dan berfokus pada peluang dan hasil sehingga kurang dan ancaman dapat dikurangi atau diubah menjadi kekuatan.(Hanafi, 2020:37)

#### **F. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun triangulasi dalam pengujian kredibilitas data, yaitu pengecekan kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Teknik menjamin keabsahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada (Sugiyono, 2018).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Panorama Tabek Patah**

Panorama Tabek Patah merupakan salah satu wisata yang ada di Kabupaten Tanah Datar yang berlokasi di Nagari Tabek Patah, Kec. Salimpaung, Kab. Tanah Datar. Terletak antara Kota Bukittinggi dan Batusangkar, Panorama Tabek Patah dulunya bernama Bukit Tandikek. Karena dahulu ada sebuah pohon yang bernama pohon Tandikek yang tumbuh di dekat panorama tersebut.

Setelah Belanda datang ke Indonesia dan menguasai wilayah Sumatera Barat, bukit Tandikek dijadikan sebagai benteng persinggahan Belanda karena terletak diantara Benteng For The Kock Bukittinggi dan Benteng Van Der Capellen Batusangkar. Hal ini di karenakan dari atas Bukit Tandikek Belanda bisa memantau wilayah 50 Kota dan sekitarnya.

Kemudian pada tahun 1948 saat agresi militer ke II, masyarakat membakar tempat persinggahan Belanda tersebut dengan tujuan agar Belanda tidak datang kembali ke daerah tersebut. Setelah itu di karenakan pemandangan alamnya yang indah masyarakat mulai menyebut daerah tersebut sebagai Panorama sampai saat ini.

Sekitar tahun 2000-an, Tabek Patah mulai dikenal oleh wisatawan lokal sebagai salah satu tempat yang menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan dan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Namun pada saat itu, belum ada fasilitas wisata yang memadai karena pengelolaan objek wisata masih dilakukan oleh masyarakat perorangan. Pengelolaan perorangan berorientasi untuk keuntungan pribadi sehingga tidak terlalu memperhatikan kenyamanan dan pemeliharaan tempat wisata. Pengunjung yang datang rata-rata adalah mereka yang mengetahui tempat tersebut melalui cerita dari masyarakat sekitar atau wisatawan yang sudah pernah

berkunjung kesana. Akses jalan yang masih berbatuan menjadi kendala untuk pengembangan pariwisata saat itu.

Seiring berjalannya waktu, sekitar tahun 2010 pemerintah nagari mulai menyadari potensi besar yang dimiliki oleh Tabek Patah. Dengan potensi yang dimiliki Tabek Patah dapat menjadi objek wisata unggulan yang mampu mendongkrak ekonomi lokal. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur pun mulai dilakukan untuk meningkatkan aksesibilitas kawasan ini. Sebelumnya jalan menuju Panorama yang cukup sulit dan berbatu, perlahan mulai diperbaiki dan dibangun dengan lebih baik. Pengelolaan mulai dilakukan oleh Pemerintahan Nagari Tabek Patah yang diatur dalam Peraturan Nagari, namun masyarakat yang sebelumnya mengelola tetap bekerjasama dengan nagari dalam pengelolaan.

Masyarakat juga mulai membuka usaha kecil di sekitar kawasan tersebut, seperti warung makan, tempat parkir, dan kios oleh-oleh. Pemerintah setempat juga menyediakan fasilitas untuk menunjang kenyamanan wisatawan, seperti tempat duduk di area tertentu untuk menikmati pemandangan, papan informasi tentang kawasan wisata, gapura di awal pintu masuk menuju kawasan wisata.

Seiring dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Panorama, pemerintah bekerjasama dengan masyarakat setempat untuk terus mengembangkan kawasan ini sebagai objek wisata alam yang lebih profesional. Mereka memperkenalkan konsep eco-tourism dengan tetap menjaga kelestarian alam.

Di tahun 2015 fasilitas wisata di Panorama Tabek Patah terus berkembang. Seperti tempat parkir yang lebih luas dan nyaman, gazebo untuk wisatawan menikmati pemandangan, warung makan yang tersedia di dalam kawasan Panorama, rumah pohon, ayunan, flying fox, sepeda gantung, serta spot foto yang menarik agar wisatawan dapat berfoto dengan latar belakang pemandangan yang menakjubkan.

Perkembangan media sosial dan promosi wisata secara online juga berperan penting dalam menarik pengunjung ke Panorama Tabek Patah.

Dengan banyak pengunjung yang mengunggah momen-momen mereka saat berada di Panorama Tabek Patah di berbagai media sosial yang mereka gunakan menjadikan Panorama ini viral dan menarik perhatian wisatawan dari berbagai daerah, baik domestik maupun mancanegara.

Salah satu aspek penting dalam perkembangan pariwisata adalah keterlibatan aktif komunitas lokal dalam pengelolaan wisata. Masyarakat setempat yang selama ini hidup berdampingan dengan alam, kini mulai mendapat manfaat dari pariwisata yang berkembang baik. Keberlanjutan pengembangan pariwisata di Panorama Tabek Patah sangat bergantung pada kesadaran untuk menjaga alam dan memastikan bahwa kawasan ini tetap terjaga keasriannya. Oleh karena itu, upaya untuk mendidik wisatawan tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian alam menjadi bagian dari pengelolaan pariwisata di kawasan ini.

Secara keseluruhan, perkembangan Panorama Tabek Patah dari awal yang sederhana hingga menjadi destinasi wisata yang populer mencerminkan potensi besar alam Sumatera Barat yang dapat dikembangkan dengan melibatkan masyarakat setempat dan memperhatikan keberlanjutan alam.

## **2. Letak Panorama Tabek Patah**

Panorama Tabek Patah merupakan sebuah kawasan wisata yang berada di nagari Tabek Patah, Kecamatan Salimpaung, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Panorama Tabek Patah berjarak sekitar 16 km dari pusat kota Batusangkar atau sekitar 40 menit perjalanan.

## **3. Visi dan Misi Panorama Tabek Patah**

### **a Visi**

Menjadikan objek wisata Panorama Tabek Patah sebagai tempat tujuan pertama bagi wisatawan untuk melakukan rekreasi dan sekedar menghabiskan waktu luang.

### **b Misi**

- 1) Mempertahankan keasrian alam dan budaya
- 2) Mengembangkan potensi objek wisata
- 3) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan

## B. Temuan Penelitian

Sebuah destinasi harus memiliki komponen 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas) untuk mendukung aktivitas kepariwisataan.

Berdasarkan konsep kepariwisataan dalam pengembangan objek wisata di Panorama Tabek Patah, peneliti mendapatkan data dengan melakukan wawancara sebagai berikut:

### 1. Atraksi

Atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat, apa yang bisa dilakukan, apa yang bisa dibeli di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata (Riswandi, 2013). Elemen-elemen atraksi dapat berupa keindahan alam Hasil Ciptaan Allah SWT, kegiatan pertunjukan seni dan budaya, sehingga memaknai atraksi tidak hanya sebatas tontonan bagi wisatawan semata, namun wisatawan juga dapat terlibat aktif menjadi pelaku dalam menikmati atraksi wisata.

Berikut adalah kutipan hasil wawancara peneliti terkait atraksi terhadap informan. Setiap informan memiliki sudut pandang masing-masing mengenai atraksi di Panorama Tabek Patah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola Panorama Tabek Patah (Bapak sudirman), menyatakan bahwa:

*“Objek Wisata Panorama Tabek Patah memiliki daya tarik yang unik karena keindahan alamnya dan udara yang sejuk. Panorama Tabek Patah juga dilengkapi dengan berbagai spot foto yang menarik.”* (Hasil wawancara 29 Desember 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan tenaga kerja Panorama Tabek Patah (Mega), menyatakan bahwa:

*“Daya tarik yang dimiliki oleh Objek Wisata Panorama Tabek Patah ini terletak pada keindahan alamnya dan Panorama Tabek Patah cocok untuk dijadikan sebagai tempat untuk bersantai bersama keluarga karena udaranya yang sejuk. Selain itu dengan adanya program kelas belajar bahasa inggris yang di laksanakan setiap hari jum'at diharapkan dapat menjadi peluang bagi masyarakat sekitar dan pengunjung yang datang untuk*

*memberikan pengalaman berwisata yang berbeda dari wisata lainnya.” (Hasil wawancara 29 Desember 2024).*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Ona), menyatakan bahwa:

*“Alasan saya mengunjungi Panorama Tabek Patah ialah untuk bersantai dan menikmati keindahan alam yang disajikan. Untuk atraksi yang tersedia di Panorama hanya spot untuk berfoto saja karena wahana yang tersedia sudah rusak dan tidak bisa digunakan lagi.” (Hasil wawancara 14 Januari 2025).*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Fadhil), menyatakan bahwa:

*“Tujuan saya datang ke sini untuk berfoto dan deep talk bersama pasangan. Karena di Panorama Tabek Patah ini tenang sehingga saya betah berlama-lama berada di Panorama Tabek Patah ini.” (Hasil wawancara 14 Januari 2025).*

Berdasarkan hasil wawancara saya dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Santi), menyatakan bahwa:

*“Daya tarik yang dimiliki Panorama Tabek Patah ini yaitu keindahan alamnya. Dan untuk wahana permainan dimasa mendatang diharapkan dapat dikembangkan sehingga wisatawan yang berkunjung dapat melakukan kegiatan lain di Panorama.” (Hasil wawancara 1 Februari 2025)*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Sumarni), menyatakan bahwa:

*“Alasan saya mengunjungi Panorama Tabek Patah ini karena keindahan alam dan udaranya yang sejuk. Kegiatan yang bisa saya lakukan disini hanya berfoto bersama keluarga dan bersantai menikmati keindahan alam yang disajikan.” (Hasil wawancara 1 Februari 2025)*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Dewi), menyatakan bahwa :

*“Selama berada di Panorama Tabek Patah ini saya merasa tenang dan nyaman. Dan untuk kunjungan berikutnya saya ingin mengajak keluarga saya dan melakukan kegiatan lainnya.”* (Hasil wawancara 1 Februari 2025)

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas, bahwa atraksi yang dimiliki oleh Tabek Patah yaitu, keindahan alamnya dan udaranya yang sejuk, serta spot foto yang menarik.

Dari data yang penulis dapatkan maka dimasukkan dalam tabel SOAR sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**SOAR Atraksi di Panorama Tabek Patah**

STRENGTH (Kekuatan)	Objek Wisata Panorama Tabek Patah memiliki daya tarik yang unik karena keindahan alamnya dan udara yang sejuk. Panorama Tabek Patah juga dilengkapi dengan berbagai spot foto yang menarik.
OPPORTUNITIES (Peluang)	Selama berada di Panorama Tabek Patah ini saya merasa tenang dan nyaman. Dan untuk kunjungan berikutnya saya ingin mengajak keluarga saya dan melakukan kegiatan lainnya.
ASPIRATIONS (Aspirasi)	Daya tarik yang dimiliki Panorama Tabek Patah ini yaitu keindahan alamnya. Dan untuk wahana permainan dimasa mendatang diharapkan dapat dikembangkan sehingga wisatawan yang berkunjung dapat melakukan kegiatan lain di Panorama.”

RESULTS (Hasil)	Daya tarik yang dimiliki oleh Objek Wisata Panorama Tabek Patah ini terletak pada keindahan alamnya dan Panorama Tabek Patah cocok untuk dijadikan sebagai tempat untuk bersantai bersama keluarga karena udaranya yang sejuk. Selain itu dengan adanya program kelas belajar bahasa Inggris yang dilaksanakan setiap hari Jum'at diharapkan dapat menjadi peluang bagi masyarakat sekitar dan pengunjung yang datang untuk memberikan pengalaman berwisata yang berbeda dari wisata lainnya.
-----------------	---

## 2. Amenitas

Amenitas merupakan segala fasilitas pendukung destinasi wisata, Fungsi Amenitas tidak kalah penting dengan fasilitas aksesibilitas, dalam hal ini sarana pendukung amenities sangat menentukan kenyamanan wisatawan ketika berada di lokasi. Meskipun fasilitas dan layanan tambahan tidak terkait langsung dengan pariwisata, namun komponen ini dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pengelola Panorama Tabek Patah (Bapak Sudirman), menyatakan bahwa :

*“fasilitas umum yang di Panorama Tabek Patah yaitu, toilet, gazebo, tempat sampah, spot foto, tempat parkir, dan aula. Untuk fasilitas yang perlu dibenahi yaitu mushalla yang kurang memadai, wahana permainan seperti rumah pohon dan flying fox sudah rusak karena minimnya perawatan yang dilakukan.”* (Hasil wawancara 29 Desember 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan tenaga kerja Panorama Tabek Patah (Mega), menyatakan bahwa:

*“Fasilitas yang disediakan di Panorama Tabek Patah berupa toilet, gazebo, tempat parkir, aula dan spot foto serta kantin. Meskipun demikian perlu adanya pembenahan mushalla di*

*destinasi wisata sehingga pengunjung dapat melaksanakan sholat tanpa harus keluar dari area Panorama.”* (Hasil wawancara 29 Desember 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Ona), menyatakan bahwa :

*“Fasilitas yang disediakan di Objek Panorama Tabek Patah sudah cukup membantu wisatawan saat berada di Panorama Tabek Patah.”* (Hasil wawancara 14 Januari 2025).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Fadhil), menyatakan bahwa:

*“Pelayanan yang didapat saat berada di Panorama Tabek Patah tidak memuaskan dan kurangnya keamanan sehingga membuat Panorama ini sepi pengunjung.”* (Hasil wawancara 14 Januari 2025).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Santi), menyatakan bahwa:

*“Fasilitas yang tersedia sudah cukup membantu selama berada di kawasan wisata, namun saya berharap kedepannya ada tim medis yang tersedia di kawasan Panorama dengan tujuan apabila ada wisatawan yang terluka selama berada di Panorama bisa langsung mendapat pertolongan pertama.”* (Hasil wawancara 1 Februari 2025)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Sumarni), menyatakan bahwa:

*“Saya berharap di Panorama Tabek Patah ini terdapat guide yang dapat membantu wisatawan saat berwisata ke Panorama Tabek Patah sehingga wisatawan mengetahui informasi informasi terkait.”* (Hasil wawancara 1 Februari 2025)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Dewi), menyatakan bahwa:

*“terjangkau dan harga makanan yang ditawarkan juga terjangkau sehingga tidak menguras kantong wisatawan yang berkunjung.”*  
(Hasil wawancara 1 Februari 2025)

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas bahwa amenities yang dimiliki oleh Panorama Tabek Patah yaitu toilet, gazebo, tempat sampah, tempat parkir, aula, rumah pohon, flying fox, kantin, dan musholla.

Dari data yang peneliti dapatkan maka dapat dimasukkan ke dalam tabel SOAR sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Matriks SOAR Amenitas di Panorama Tabek Patah**

STRENGTH (Kekuatan)	Fasilitas yang disediakan di Objek Panorama Tabek Patah sudah cukup membantu wisatawan saat berada di Panorama Tabek Patah.
OPPORTUNITIES (Peluang)	Fasilitas yang disediakan di Panorama Tabek Patah berupa toilet, gazebo, tempat parkir, aula dan spot foto serta kantin. Meskipun demikian perlu adanya pembenahan mushalla di destinasi wisata sehingga pengunjung dapat melaksanakan sholat tanpa harus keluar dari area Panorama.
ASPIRATIONS (Aspirasi)	Saya berharap di Panorama Tabek Patah ini terdapat guide yang dapat membantu wisatawan saat berwisata ke Panorama Tabek Patah sehingga wisatawan mengetahui informasi informasi terkait.
RESULT (Hasil)	Fasilitas yang tersedia sudah cukup membantu selama berada di kawasan wisata, namun saya berharap kedepannya ada tim

	<p>medis yang tersedia di kawasan Panorama dengan tujuan apabila ada wisatawan yang terluka selama berada di Panorama bisa langsung mendapat pertolongan pertama.</p>
--	---

### 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur menuju destinasi, akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan pengelola Panorama Tabek Patah (Bapak Sudirman), menyatakan sebagai berikut:

*“Untuk saat ini akses jalan menuju ke Panorama Tabek Patah sudah cukup baik dan aman apabila wisatawan ingin berkunjung.”* (Hasil wawancara 29 Desember 2024).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan tenaga kerja Panorama Tabek Patah (Mega), menyatakan sebagai berikut:

*“Untuk lokasi tabek patah dekat dari jalan raya dan mudah ditemukan karena dipintu masuk menuju lokasi tersedia tugu yang menunjukkan akses lokasi ke Panorama Tabek Patah .”* (Hasil wawancara 29 Desember 2024).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Ona), menyatakan sebagai berikut:

*“Akses menuju Tabek Patah bisa dijangkau dengan motor maupun mobil sehingga memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Panorama Tabek Patah.”* (Hasil wawancara 14 Januari 2025).

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Fadhil), menyatakan bahwa:

*“Akses menuju Panorama Tabek Patah sudah cukup baik dan tidak bagi wisatawan yang ingin mengunjungi Panorama dan tidak membawa kendaraan pribadi bisa dengan menggunakan transportasi umum seperti maxim dan bus umum. Tapi untuk bus umum kurang disarankan karena hanya sampai di tugu dan wisatawan harus berjalan sekitar 400 meter menuju Panorama Tabek patah. Untuk itu diharapkan ada alternatif bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Panorama.”* (Hasil wawancara 14 Januari 2025).

Berdasarkan wawancara yang peneliti yang lakukan dengan wisatawan yang berkunjung ke Panorama Tabek Patah (Santi), menyatakan bahwa:

*“Akses lokasi menuju Panorama Tabek Patah cukup terjangkau dan bisa di akses melalui google maps.”* (Hasil wawancara 2 Februari 2025).

Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas bahwa aksesibilitas yang dimiliki oleh Panorama Tabek Patah yaitu kemudahan dalam mengakses lokasi, bisa diakses melalui google maps, dan dekat dari jalan raya.

Dari data yang penulis dapatkan maka dimasukkan dalam tabel SOAR sebagai berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Matriks SOAR Aksesibilitas Panorama Tabek Patah**

STRENGTH (Kekuatan)	Untuk lokasi tabek patah dekat dari jalan raya dan mudah ditemukan karena dipintu masuk menuju lokasi tersedia tugu yang menunjukkan akses lokasi ke Panorama Tabek Patah.
OPPORTUNITIES (Peluang)	Akses lokasi menuju Panorama Tabek Patah cukup terjangkau dan bisa di akses melalui google maps.
ASPIRATIONS (ASPIRASI)	Akses menuju Panorama Tabek Patah sudah cukup baik dan tidak bagi wisatawan yang

	ingin mengunjungi Panorama dan tidak membawa kendaraan pribadi bisa dengan menggunakan transportasi umum seperti maxim dan bus umum. Tapi untuk bus umum kurang disarankan karena hanya sampai di tugu dan wisatawan harus berjalan sekitar 400 meter menuju Panorama Tabek patah. Untuk itu diharapkan ada alternatif bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Panorama.”
RESULT (Hasil)	Akses menuju Tabek Patah bisa dijangkau dengan motor maupun mobil sehingga memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Panorama Tabek Patah.

### C. Pembahasan

Analisis SOAR menurut Stavros & Hinrich merupakan sebuah alternatif terhadap analisis SWOT. SOAR adalah strategi bisnis yang berasaskan pada seluruh hal positif yang telah ada atau dimiliki oleh sebuah usaha untuk dikembangkan serta dijadikan kelebihan utama. Analisis ini memiliki beberapa indikator yaitu *Strength* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Aspirations* (aspirasi) dan *Results* (hasil). Kerangka kerja dalam analisis SOAR memiliki fokus pada perumusan serta pelaksanaan strategi yang bersifat positif dengan menggambarkan kekuatan, membangun kreativitas dalam bentuk peluang, mendorong stakeholder untuk berbagi aspirasi dan menentukan sebuah ukuran atau hasil yang berarti, sehingga dapat ditemukan strategi pengembangan yang tepat.

Setelah melakukan dan menganalisis temuan yang ada pada Panorama Tabek Patah mengenai strategi pengembangan Objek Wisata Panorama Tabek Patah berdasarkan fokus penelitian menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) maka dapat digambarkan dengan matriks

SOAR. Matriks SOAR adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor – faktor strategis organisasi baik perusahaan maupun instansi. Fungsi matriks SOAR yaitu mendeskripsikan dan menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan peluang yang dimiliki organisasi dapat disesuaikan dengan aspirasi dan hasil yang diharapkan.

**Tabel 4. 4**  
**Matriks SOAR**

<b>Internal</b>  <b>Eksternal</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Opportunities (O)</b>
		1. Keindahan alam dan udara yang sejuk 2. Spot foto yang menarik 3. Lokasi mudah diakses dan dekat jalan raya
<b>Aspirations (A)</b>	<b>Strategi SA</b>	<b>Strategi OA</b>
1. Peningkatan perekonomian masyarakat 2. Menggerakkan pelaku UMKM 3. Kreatif dan inovatif terhadap hal hal baru	1. Membentuk paket wisata edukasi 2. Promosi atau branding dengan spot foto 3D 3. Penyambutan wisatawan dengan produk UMKM	1. Menyediakan stand bagi masyarakat yang memiliki usaha 2. Membuat produk khas daerah yang unik dan inovatif 3. Bekerja sama dengan agen wisata
<b>Result (R)</b>	<b>Strategi SR</b>	<b>Strategi OR</b>
1. Berjalannya bazar UMKM	1. Penataan administrasi dan	1. Melakukan promosi UMKM

2. Perbaikan adminitrasi dan Tour guide yang profesional	pelatihan tour guide bagi masyarakat lokal	dan kerjasama dengan masyarakat sekitar
3. Kunjungan wisatawan meningkat dan pendapatan masyarakat meningkat	2. Menjaga kelestarian lingkungan	2. Membuat produk yang dapat menarik pengunjung
4. Perekonomian menjadi lebih baik		

Dalam tabel diatas penulis menggunakan analisis SOAR yang menghasilkan empat alternatif strategis, yaitu :

### 1. Strategi SA (Strengths and Aspiration)

Menurut Stavros (2013) strategi SA merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk mencapai aspirasi yang diharapkan. Dari hasil penelitian, kekuatan yang dimiliki oleh Panorama Tabek Patah yaitu keindahan alam, udara yang sejuk, pembentukan paket wisata edukasi, spot selfie atau foto 3D. Sedangkan aspirasi masyarakat terhadap panorama tabek patah yaitu adanya peningkatan perekonomian masyarakat, kreatif dan inovatif terhadap hal baru, serta dapat menggerakkan pelaku UKM.

Dengan adanya penjelasan diatas, maka strategi SA yang dapat diterapkan pada panorama tabek patah yaitu dengan membentuk paket wisata edukasi bagi siswa sekolah sambil berwisata.

### 2. Strategi OA (Opportunities and Aspiration)

Menurut Stavros (2013) strategi OA merupakan strategi yang dibuat untuk mengetahui dan memenuhi aspirasi yang berorientasi kepada

peluang yang ada. Dari hasil penelitian, peluang yang dimiliki panorama tabek patah yaitu banyak masyarakat memiliki usaha, membuat produk kreativitas kampung serta mitra yang berpeluang membantu, yaitu pemerintah dan masyarakat. Sedangkan aspirasi masyarakat terhadap panorama tabek patah yaitu adanya peningkatan perekonomian masyarakat, kreatif dan inovatif terhadap hal baru, serta dapat menggerakkan pelaku UKM.

Dengan adanya penjelasan diatas, maka strategi OA yang dapat diterapkan pada panorama tabek patah yaitu membuat *stand* untuk masyarakat yang memiliki usaha. *Stand* tidak harus dibentuk dengan bahan yang mahal. *Stand* yang dimiliki setidaknya cukup untuk mempromosikan produk yang mereka jual di depan rumah masing - masing, seperti meja yang sudah tidak terpakai atau lainnya. Dengan adanya stand, dapat menggerakkan para pelaku UKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

### **3. Strategi SR (Strengths and Result)**

Menurut Stavros (2013) strategi SR merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk mencapai hasil yang diharapkan. Dari hasil penelitian, kekuatan yang dimiliki oleh panorama tabek patah yaitu pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk, spot selfie atau foto 3D. Sedangkan hasil yang diinginkan yaitu berjalannya bazar UKM. Banyak tamu datang dan pendapatan masyarakat meningkat, serta perekonomian menjadi lebih baik.

Dengan adanya penjelasan diatas, maka strategi SR yang dapat diterapkan pada Panorama tabek patah yaitu pembelajaran bahasa asing serta pelatihan menjadi tour guide untuk masyarakat sekitar.

### **4. Strategi OR (Opportunities and Result)**

Menurut Stavros (2013) strategi OR merupakan strategi yang berorientasi kepada peluang yang ada untuk mencapai hasil yang diharapkan. Dari hasil penelitian, peluang yang dimiliki panorama tabek patah yaitu banyak masyarakat memiliki usaha, membuat produk

keaktivitas kampung serta mitra yang berpeluang membantu yaitu pemerintah dan masyarakat. Sedangkan hasil yang diinginkan yaitu berjalannya bazar UKM, masyarakat menguasai bahasa asing dan siap menjadi tour guide, banyak wisatawan datang dan pendapatan masyarakat meningkat, serta perekonomian menjadi lebih baik.

Dengan penjelasan diatas, maka strategi OR yang dapat diterapkan pada Panorama Tabek Pata adalah melakukan kerjasama dan promosi UMKM. Dengan promosi UMKM tentunya akan mendatangkan wisatawan yang hadir saat bazar UMKM serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Tjiptono (2008) bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai strategi pengembangan objek wisata panorama tabek patah sebagai daya tarik wisata alam di kabupaten tanah datar, terbentuk 4 alternatif strategi pengembangan untuk dilakukan yaitu, strategi SA yaitu membentuk paket wisata. Strategi OA yaitu membuat stand untuk masyarakat yang memiliki usaha. Strategi SR pembelajaran bahasa asing dan pelatihan tour guide untuk masyarakat lokal. Strategi OR yaitu melakukan kerjasama dengan agen wisata dan mengenalkan produk UMKM. Penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya strategi pengembangan objek wisata panorama tabek patah sebagai daya tarik wisata alam di kabupaten tanah datar juga dipengaruhi oleh 3 (Tiga) unsur yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas.

Atraksi di objek wisata panorama tabek patah yang penulis temukan bahwa atraksi Objek Wisata panorama tabek patah belum cukup memadai, serta perlu ada pengembangan yang lebih baik dengan cara menambah berbagai fasilitas atraksi lainnya, agar wisatawan tidak merasa bosan dan bisa merasakan hal-hal baru, bagian-bagian yang patut diperbaiki sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung kembali.

Aksesibilitas di objek wisata panorama tabek patah, Berdasarkan hasil yang penulis temukan pada Objek Wisata panorama tabek patah Kabupaten tanah datar kondisi jalan menuju kesini cukup bagus dan mudah diakses melalui google maps serta letaknya yang strategis.

Amenitas di objek wisata panorama tabek patah Berdasarkan hasil yang penulis temukan bahwa seluruh fasilitas yang ada pada objek wisata Panorama Tabek Patah masih kurang memadai, dimana banyak terdapat fasilitas yang sudah rusak, dan kurang terjaga kebersihan dari fasilitas yang ada.

## **B. Implikasi**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian yang penulis lakukan, bahwa pengembangan panorama tabek patah sebagai objek wisata unggulan, terbentuk 4 alternatif strategi pengembangan untuk dilakukan yaitu, strategi SA yaitu membentuk paket wisata. Strategi OA yaitu membuat stand untuk masyarakat yang memiliki usaha. Strategi SR pembelajaran bahasa asing dan pelatihan tour guide untuk masyarakat lokal. Strategi OR yaitu melakukan kerjasama dengan agen wisata dan mengenalkan produk UMKM. Juga didukung dalam Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan saran dan masukan bagi pihak pengelola Objek Wisata Panorama Tabek Patah Kabupaten Tanah Datar dalam mengembangkan dan meningkatkan tingkat kunjungan.

## **C. Saran**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pengembangan objek wisata Panorama Tabek Patah sebagai daya tarik wisata alam di Kabupaten Tanah Datar, maka dapat disampaikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Dari segi 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas) semoga pengelola objek wisata Panorama Tabek Patah selalu memiliki ide-ide baru dan berupaya mengembangkan objek wisata kedepannya yang bisa memuaskan wisatawan agar terus berkembang untuk menyambut wisatawan yang akan berkunjung.
2. Membentuk paket wisata edukasi yang sasaran nya siswa sekolah dengan tujuan dapat membuat kegiatan wisata yang unik yaitu belajar sambil berwisata di alam.

3. Melakukan promosi atau branding produk UMKM dengan melakukan kerjasama bersama masyarakat sekitar dan influencer yang sedang digemari oleh berbagai kalangan.
4. Menggerakkan bazar UMKM dengan cara mendirikan stand atau kios-kios bagi masyarakat yang mempunyai usaha agar lebih tertata dan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan di masa mendatang.
5. Memperbaiki sistem administrasi dan pengelolaan di Objek Wisata agar lebih terstruktur dan tertata rapi serta memberikan pelatihan menjadi tour guide bagi masyarakat sekitar objek wisata.
6. Menjaga kelestarian lingkungan agar keindahan alam sekitar panorama tetap terjaga dan dapat terus terjaga untuk masa yang akan datang.
7. Mengikuti terus perkembangan dunia pariwisata dan trend-trend yang terjadi agar dapat diterapkan di objek wisata supaya dapat terus berkembang dan menjadi wisata yang selalu diminati oleh wisatawan.
8. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Peneliti sebaiknya lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan data dan pengumpulan segala sesuatu yang perlu dipersiapkan sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik.
  - b. Peneliti diharapkan untuk dapat mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan materi yang akan diteliti.
  - c. Bagi peneliti selanjutnya sambil mencari ilmu penulis bisa langsung mempromosikan objek wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R. A., Hutagalung, S. B., & Sinurat, T. (2024). Analisis konsep 3A dalam mengembangkan pariwisata di Desa Denai Lama. *Home Journal*, 6(2).
- Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putri, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember. *UNEJ e-Proceeding*.
- Shofi'unnafi, S. (2022). Analisis Deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3a (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas) Pariwisata. *Komunitas*, 13(1), 69-85.
- Syafitri, M., & Adnan, M. F. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Rimbo Panti Oleh Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Di Kabupaten Pasaman. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5 (4), 825–833.
- Yuliarti, R. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Masjid Sebagai Objek Wisata Unggulan di Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Daya Saing*, 1(3), 269-280.
- Dayantri, D., Ramadhani, S., & Syahbudi, M. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Sejarah di Kota Medan Dengan Metode SOAR (Studi Kasus Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(3), 777-790.
- undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf. (n.d.).
- Muakhor, A. (2008). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes Sebagai Objek Wisata Unggulan* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Sasmita, Y., Prihantini, C. I., Nursalam, N., Musoffan, M., & Darwis, D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan dengan Analisis Swot sebagai Kawasan Wisata Unggulan Daerah (Studi Kasus Kawasan Wisata Jumiang Kabupaten Pamekasan). *Mimbar Agribisnis*, 8(1), 319-335.

- Rosadini, Natasya., Mariya, Sri. *Prioritas Pengembangan Objek Wisata Bono Berbasis Partisipasi Masyarakat dengan Pendekatan Analisis SOAR*. Jurnal Pendidikan Tambusai, no.1 (2024).
- Fajrin, Nisrinada. Nawangsari, Ertien. *Pendekatan SOAR dalam strategi pengembangan wisata*. Jurnal ilmu administrasi dan sosial, no. 1 (2023).
- Mahsun, Moch., Rofiq, Aunur., Ismail, Munawar. *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Jurnal Ekonomi, no. 2 (2022).
- Ariza, T. F., Kasmita, K., & Suyuthie, H. (2018). Strategic Planning Aktivitas Wisata Alam di Panorama Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar. *Journal of Home Economics and Tourism*, 14(1).
- Sbila. (2024, 29 Februari). Asal Mula Nama Panorama Tabek Patah. (Video). Youtube. [https://youtu.be/hLgrPJj25fc?si=Y9\\_Df-ZMYqbjG3Dt](https://youtu.be/hLgrPJj25fc?si=Y9_Df-ZMYqbjG3Dt)
- Pariyanti, E., Rinnanik, & Buchori. (2020). Objek Wisata Dan Pelaku Usaha
- Miranda, & Aryagama, M. (2021). Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta, 2021, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf. (n.d.).

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## Lampiran 1. Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sudirman No. 137 Lina Kaum Batusangkar Telp: (0752) 711150  
Website: [www.uinmybatusangkar.ac.id](http://www.uinmybatusangkar.ac.id) e-mail: [info@uinmybatusangkar.ac.id](mailto:info@uinmybatusangkar.ac.id)

Nomor: B-359.b/Uh.25/L./TL.00/12/2024  
Sifat: Biasa  
Lamp: 1 Rangkap  
Perihal: **Mohon Izin Penelitian**

27 Desember 2024

Yth. Pimpinan Panorama Tabel Patah

Assalamu'alaikum W: Wb,  
Dengan hormat,

Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu/Sdr bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama/NIM : Oktarina Yusna Zetta / 2030406024  
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar / 18/10/2001  
Kartu Identitas : 1304045810010011  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Pariwisata Syariah  
Alamat : Jorong Piliang

akan melakukan pengumpulan data untuk proses penulisan laporan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Tabek Patah Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar  
Lokasi : Panorama Tabel Patah  
Waktu : 27 Desember 2024 s.d 27 Februari 2025  
Dosen Pembimbing 1 : Harry Yulanda, S.St.Par.M.M.Par  
Dosen Pembimbing 2 :

untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.  
Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua,

Dr. H. Aameodri, S.Ag., M.Pd

#### Tembusan

1. Rektor UIN Mahmud Yunus Batusangkar (sebagai Laporan)
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (sebagai Laporan)

## Lampiran 2. Surat Tugas Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS BATUSANGKAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Sudirman No. 137 Lima Keum Batusangkar. Telp. (0752) 71150  
Website : [www.uinmybatusangkar.ac.id](http://www.uinmybatusangkar.ac.id) e-mail : [info@uinmybatusangkar.ac.id](mailto:info@uinmybatusangkar.ac.id)

### SURAT TUGAS B- 18/Un.25/F.IV/PP.00.9/01/2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan ini menugaskan Saudara:

Nama Dosen / NIP	Pangkat / Gol	Jabatan	Keterangan
Harry Yuliana, M.M.Par 19880713-201903 1 005	Penata Muda Tk.I, III/b	Asisten Ahli	Pembimbing

sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 atas nama:

Nama : Oktarina Yusna Zetta  
NIM : 2030406024  
Program Studi : Pariwisata Syariah  
Judul Proposal : *Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Tabek Patah Sebagai Objek Wisata Unggulan di Kabupaten Tanah Datar*

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 02 Januari 2025  
Dekan

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

## Lampiran 3. Pedoman Wawancara

### Pedoman wawancara

#### Strategi Pengembangan Objek Wisata Panorama Tabek Patah Sebagai Objek Wisata Unggulan Di Kabupaten Tanah Datar

##### Atraksi

1. Apa tujuan anda mengunjungi Panorama Tabek Patah?
2. Apa yang menjadi ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi panorama tabek patah?
3. Apa yang menjadi keunikan Panorama Tabek Patah yang tidak dimiliki oleh Objek Wisata lainnya?
4. Kegiatan apa saja yang bisa anda lakukan selama berada di panorama tabek patah?
5. Bagaimana atraksi yang anda harapkan kedepan di Panorama Tabek Patah?

##### Amenitas

1. Bagaimana kondisi fasilitas dan pelayanan yang terdapat di panorama tabek patah saat ini?
2. Fasilitas apa saja yang tersedia di Panorama Tabek Patah?
3. Bagaimana pelayanan yang anda dapatkan selama berada di Tabek Patah?
4. Apakah fasilitas yang tersedia di Panorama Tabek Patah cukup membantu anda selama berada didestinasinya?
5. Fasilitas dan pelayanan seperti apa yang anda harapkan terdapat dikawasan Panorama Tabek Patah kedepannya?

##### Aksesibilitas

1. Apakah akses ke lokasi Panorama Tabek Patah mudah dilalui ?
2. Bagaimana kondisi akses/jalan menuju ke Panorama Tabek Patah?
3. Moda transportasi apa saja yang dapat digunakan menuju ke Panorama Tabek Patah?
4. Bagaimana kondisi akses yang anda harapkan di Panorama Tabek Patah ini?

#### Lampiran 4. Dokumen Penelitian



