

BAB II .WISATA SOUL PUNCAK LAWANG DI KABUPATEN AGAM PROVINSI SUMATERA BARAT

II.1. Teori Umum

II.1.1 Pariwisata

Oka A.Yoeti (dalam Wahab, 1996: 116) menjelaskan bahwa pariwisata ialah merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia secara sadar dengan mendapatkan pelayanan yang bergantian terhadap orang-orang dalam suatu negara baik dalam negeri maupun luar negeri. Bentuk dari pelayanan yang didapatkan ialah dimana seseorang dapat menetap dalam suatu daerah dengan kurun waktu sementara seperti menetap untuk memperoleh pekerjaan tetap.

Pariwisata menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 ialah bentuk dari keberagaman kegiatan wisata dengan didukung oleh fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat sekitar, antar wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah maupun pengusaha setempat.

Berdasarkan dari sumber-sumber yang didapat maka ditariklah kesimpulan, bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas seseorang dalam melakukan perjalanan ke suatu daerah tertentu untuk sementara waktu tetapi tidak untuk menetap namun dengan tujuan untuk menikmati suasana serta fasilitas yang ada pada daerah yang dikunjungi tersebut.

Berdasarkan letak geografis sebuah daerah maka jenis pariwisata dibagi sebagai berikut :

- Pariwisata Lokal

Pariwisata dengan fasilitas, sarana dan prasarana, ruang lingkup yang sempit dan terbatas. Contoh dari pariwisata lokal adalah wisata Soul Puncak Lawang provinsi Sumatera Barat.

- Pariwisata Internasional

Suatu kegiatan penyedia sarana dan prasarana dengan fasilitas serta luang lingkup yang luas dan tidak terbatas. Contoh dari pariwisata internasional adalah pariwisata Pantai Kuta di Bali.

II.1.2 Potensi Pariwisata

Menurut Sukardi (1998) “potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daerah yang dijadikan sebagai daya tarik tempat wisata tersebut dan berguna dalam pengembangan industri pariwisata di daerah yang bersangkutan”. (h.67)

Sedangkan menurut Yoeti (dikutip Mariotti, 1996) potensi pariwisata adalah merupakan suatu daya tarik yang dimiliki oleh suatu daerah wisata yang ditawarkan kepada para wisatawan. Potensi wisata ialah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik utama untuk orang-orang agar mau datang berkunjung ke daerah wisata tersebut. (h.172)

Dari data yang didapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata merupakan segala sesuatu yang dimiliki oleh tiap-tiap tempat wisata sebagai daya tarik bagi wisatawan untuk mau berkunjung serta mendatangi tempat-tempat wisata tersebut. Indonesia memiliki luas wilayah dengan bermacam ragam keunikannya. Hal ini, menjadikan setiap daerah wisata tumbuh dan berkembang dengan potensinya masing-masing.

II.1.3 Potensi Pariwisata Kabupaten Agam

Kabupaten Agam adalah salah satu diantara beberapa kabupaten atau kota yang berada di provinsi Sumatera Barat. Dijelaskan dalam sebuah laman daring resmi agamkab.go.id Kabupaten Agam merupakan daerah dengan luas sekitar 2.232,30 km² yang berada pada titik koordinat 00⁰ 01' 34" – 00⁰ 28' 43" LS dan 99⁰ 46' 39" – 100⁰ 32' 50" BT.

Secara geografis Kabupaten Agam berbatasan langsung dengan daerah-daerah tetangga sebagai berikut :

Utara : Kabupaten Pasaman

Selatan: Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Padang Pariaman

Barat : Samudera Indonesia

Timur : Kabupaten 50 Kota

Daerah Kabupaten Agam berada dalam kawasan yang sangat strategis yaitu dilalui oleh jalur Lintas Tengah Sumatera dan jalur Lintas Barat Sumatera. Selain itu Kabupaten Agam juga dilalui *Fider Road* yang menghubungkan wilayah Lintas Barat Sumatera, Lintas Tengah Sumatera, dan Lintas Timur Sumatera. Secara keadaan geografis tersebutlah dapat dilihat bahwa Kabupaten Agam memiliki peluang besar untuk memasarkan wisatanya. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi bidang perekonomian. Sedangkan pada kondisi topografi Kabupaten Agam cukup bervariasi dengan adanya dataran tinggi hingga dataran yang relatif rendah yang terletak pada ketinggian sekitar 0-2.891 m di atas permukaan laut.

Dilihat dari hal-hal tersebut kekayaan yang dimiliki oleh Kabupaten Agam sangatlah banyak. Adanya gunung dan pegunungan, laut, ngarai, lembah, panorama, air terjun, danau serta perbukitan yang membentang luas seolah menawarkan keindahannya. Selain keadaan alam yang alami tersebut, bentuk kebudayaan yang dimiliki oleh tiap-tiap daerah di kabupaten Agam menambah keistimewaannya di mata wisatawan.

II.2 Teori Khusus

II.2.1 Soul Puncak Lawang

Soul Puncak Lawang adalah sebuah objek wisata alam yang menyajikan keindahan alam Danau Maninjau dengan rindangnya hutan pinus dan udara sejuk. Keindahan Danau Maninjau dapat dilihat dari ketinggian 1.210 mdpl puncak tertingginya Nagari Lawang. Soul Puncak Lawang secara geografis terletak di Nagari Lawang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat, 26162.

Soul Puncak Lawang memiliki keunggulan pemandangan yang indah dikelilingi hutan pinus dan udara yang sejuk. Pada segi fasilitasnya Soul Puncak Lawang terus

berusaha untuk menjadikan lebih baik lagi. Serta pada bidang pelayanan, lebih ditata agar menjadi lebih rapi dari sebelumnya. Hal ini, membuat potensi yang dimiliki oleh Soul Puncak Lawang menjadi menarik untuk diperkenalkan ke masyarakat luas.

II.2.2 Sejarah Soul Puncak Lawang

Objek Wisata Puncak Lawang sudah ada sejak zaman kolonial Belanda. Dahulu, Objek Wisata Puncak Lawang dijadikan sebagai tempat untuk menyepi atau peristirahatan para *Meneer* dan *Noni* Belanda. Saat itu, Puncak Lawang dikenal dengan nama “ Rumah Bola ”. Akses jalan dan bangunan yang cukup memadai memberi kemudahan untuk masyarakat berkunjung sehingga dari dahulu jumlah pengunjung yang datang sudah ramai. Namun, sistem pengelolaan yang diterapkan saat itu belum berjalan dengan baik. Pengelolaan dipegang oleh masyarakat Nagari Lawang secara gotong royong.

Tahun 2010 merupakan awal mula terjadinya perubahan sistem pengelolaan terhadap Objek Wisata Puncak Lawang. Pada saat itu pihak ketiga mulai menguasai lokasi wisata. Penyimpangan-penyimpangan yang terjadi semakin banyak. Penyimpangan ini tidak hanya membuat pengunjung menjadi terganggu namun masyarakat sekitar pun sangat merasa resah. Hingga akhirnya tertangkaplah salah satu penyimpangan seksual yang dilakukan. Hal ini membuat masyarakat menjadi sangat marah. Jika ditelaah kembali, pihak ketiga tidak memiliki aset apapun dan ia juga merupakan anak luar Nagari Lawang tetapi begitu zalim perbuatan yang dilakukan kepada masyarakat setempat.

Padahal sertifikat kepemilikan tanah dipegang oleh Ir. H. Zola Pandoe bersama Mukhlis. Pengelolaan yang dipegang oleh pihak ketiga tersebut kemudian diambil paksa oleh Mukhlis selaku pengelola Objek Wisata Puncak Lawang. Ia mencoba untuk memperbaiki keadaan dengan melakukan pembersihan daerah dari semak belukar agar tidak terjadi lagi hal yang tidak diinginkan dikemudian hari. Tahun 2016 dilakukanlah pengajuan kepemilikan tanah secara resmi. Hingga, pada tahun 2017 Objek Wisata Puncak Lawang resmi dikelola oleh Ir. H. Zola Pandoe sebagai

koordinator, Mukhlis sebagai pengawas lokasi wisata dan bekerjasama dengan masyarakat setempat dalam pemasaran wisata.

II.2.3 Profil Soul Puncak Lawang

PT.Soul Puncak Lawang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri kreatif dan pariwisata Sumatera Barat. Hingga sekarang PT.Soul Puncak Lawang telah memiliki sebuah objek wisata yang dahulunya dikelola oleh masyarakat desa setempat yaitu Soul Puncak Lawang. Soul Puncak Lawang dikelola sejak Juni 2018. Soul Puncak Lawang beralamatkan di Puncak Lawang, Jorong Gajah Mati, Nagari Lawang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat.

Tagline

“ Belum ke Sumatera Barat, kalau belum ke Soul Puncak Lawang ”

Visi

Mengembangkan Wisata Soul Puncak Lawang sebagai destinasi utama pariwisata di Sumatera Barat dengan konsep Kawasan Wisata Alam Terpadu.

Misi

Misi yang ingin dibangun oleh Soul Puncak Lawang adalah sebagai berikut :

- Memberikan pelayanan kepada pengunjung secara maksimal dengan cara selalu membuat inovasi-inovasi terbaru terhadap fasilitas yang disediakan agar tidak selalu monoton sehingga pengunjung yang datang tidak merasa bosan.
- Mempublikasikan ke media cetak maupun elektronik sehingga nama Soul Puncak Lawang dikenal di dunia Internasional.
- Mengelola dan mengembangkan tempat pariwisata yang dapat digunakan sebagai media edukasi alam dan lingkungan.
- Memperkenalkan dan melestarikan seni, budaya, dan adat istiadat Minangkabau.

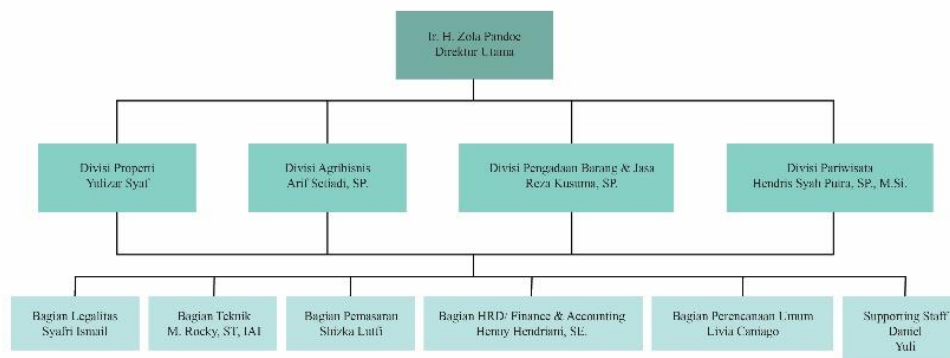
- Meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian karyawan maupun masyarakat yang berada disekitar lokasi pariwisata.

Kontak Terkait

Pemilik : Ir. H. Zola Pandoe
 No. Telepon : 0751 35708
 Website : www.soulpuncaklawang.com
 Instagram : @soulpuncaklawang
 Facebook : Soul Puncak Lawang - SPL
 Youtube : Soul Puncak Lawang

II.2.4 Pengelolaan Soul Puncak Lawang

Sejak Juni 2018 Objek Wisata Puncak Lawang pindah pengelolaan kepada PT.Soul Puncak Lawang. Sementara, selama masa peralihan pengelolaan dari masyarakat kepada PT.Soul Puncak Lawang diatur oleh Mukhlis. Masa peralihan masih berjalan sampai sekarang hingga dikeluarkannya Izin Mendirikan Bangunan (IMB) secara resmi. Mukhlis bertugas dalam mengawasi para pekerja baik di bagian kebersihan, wahana, karcis, transportasi, keamanan dan juga pembangunan. Sedangkan Direktur Utama PT.Soul Puncak Lawang sendiri bertugas sebagai koordinator yang mengatur pembangunan sarana dan prasarana yang dilakukan. Berikut adalah tabel sistem pengelolaan Soul Puncak Lawang :



Gambar II.1 Struktur Organisasi PT. Soul Puncak Lawang
 Sumber: Data Pribadi (2020)

Selama masa peralihan ke tangan pengelola yang baru, angka kunjungan ke Wisata Soul Puncak Lawang cukup tinggi. Terlihat dari catatan jumlah pengunjung yang cukup ramai dalam 3 tahun terakhir sebelum pemindahan pengelola. Angka tersebut dapat dijadikan sebagai poin lebih dalam menjadikan Soul Puncak Lawang sebagai destinasi utama pariwisata di Sumatera Barat dengan konsep Kawasan Wisata Alam Terpadu.

Dijelaskan sebagaimana data dalam tabel dibawah bahwa total jumlah pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang selama tahun 2016 ada sebanyak 110.817 orang. Lonjakan angka pengunjung terjadi pada bulan Januari, Juli dan Desember. Karena, pada bulan Januari dan Desember merupakan libur Natal, libur Tahun Baru dan libur sekolah. Sedangkan pada bulan Juli juga terjadi lonjakan pengunjung dimana bertepatan dengan libur Idul Fitri 1 Syawal 1437. Bulan-bulan tersebut merupakan bulan dimana pengunjung akan berlomba-lomba mendatangi tempat-tempat wisata. Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang sendiri tidak hanya berasal dari masyarakat Kabupaten Agam saja, namun ada juga yang berasal dari provinsi-provinsi tetangga. Seperti berasal dari Provinsi Riau, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Jambi, Bengkulu, Jakarta dan Kepulauan Riau.

Tabel II.1 Data Pengunjung Wisata Puncak Lawang Periode Januari-Desember 2016
Sumber: Database PT.Soul Puncak Lawang (2016)

Bulan	Bagian	Jumlah Pengunjung
Januari-16	Tiket Masuk	12.887
Februari-16	Tiket Masuk	8.712
Maret-16	Tiket Masuk	8.819
Apr-16	Tiket Masuk	7.654
Mei-16	Tiket Masuk	9.112
Juni-16	Tiket Masuk	1.513

Juli-16	Tiket Masuk	14.952
Agustus-16	Tiket Masuk	8.972
Sep-16	Tiket Masuk	8.825
Oktober-16	Tiket Masuk	8.543
Nov-16	Tiket Masuk	7.876
Desember-16	Tiket Masuk	12.952
	TOTAL	110.817

Selanjutnya, pada tahun 2017 total jumlah kunjungan Objek Wisata Puncak Lawang mencapai angka 176.617 orang. Tahun 2017 juga mengalami hal yang sama dengan tahun 2016 dimana jumlah pengunjung meningkat pada bulan Januari, Juli dan Desember. Pada tahun-tahun ini beberapa perencanaan pembangunan telah mulai dilaksanakan. Seperti pembangunan hotel, musala serta beberapa wahana-wahana baru. Harapan dari pembangunan ini adalah dapat membuat para wisatawan menjadi nyaman terhadap fasilitas serta pelayanan yang diberikan. Dampaknya pun dapat terlihat pada tahun-tahun selanjutnya. Jumlah pengunjung meningkat serta tingkat kepuasan setiap wisatawan merasa lebih baik setelah adanya perbaikan ini.

Tabel II.2 Data Pengunjung Wisata Puncak Lawang Periode Januari-Desember 2017
Sumber: Database PT.Soul Puncak Lawang (2017)

Bulan	Bagian	Jumlah Pengunjung
Januari-17	Tiket Masuk	24.348
Februari-17	Tiket Masuk	15.011
Maret-17	Tiket Masuk	12.235
Apr-17	Tiket Masuk	16.137
Mei-17	Tiket Masuk	11.890

Juni-17	Tiket Masuk	12.515
Juli-17	Tiket Masuk	23.904
Agustus-17	Tiket Masuk	10.473
Sep-17	Tiket Masuk	13.386
Oktober-17	Tiket Masuk	10.277
Nov-17	Tiket Masuk	2.017
Desember-17	Tiket Masuk	24.424
	TOTAL	176.617

Tahun 2018 terlihat bahwa total pengunjung semakin meningkat dimana berada pada angka 209.987 orang. Di tahun ini pemindahan pengelolaan dilakukan dari tangan masyarakat setempat ke tangan PT.Soul Puncak Lawang. Juni 2018, pengelolaan resmi dipegang oleh PT.Soul Puncak Lawang. Berbagai pengembangan telah dilakukan oleh PT.Soul Puncak Lawang demi meningkatkan kualitas objek wisatanya.

Tabel II.3 Data Pengunjung Wisata Puncak Lawang Periode Januari-Desember 2018
Sumber: Database PT.Soul Puncak Lawang (2018)

Bulan	Bagian	Jumlah Pengunjung
Januari-18	Tiket Masuk	24.348
Februari-18	Tiket Masuk	15.011
Maret-18	Tiket Masuk	12.235
Apr-18	Tiket Masuk	16.137
Mei-18	Tiket Masuk	11.890
Juni-18	Tiket Masuk	44.921

Juli-18	Tiket Masuk	23.467
Agustus-18	Tiket Masuk	13.856
Sep-18	Tiket Masuk	11.679
Oktober-18	Tiket Masuk	7.987
Nov-18	Tiket Masuk	7.990
Desember-18	Tiket Masuk	20.466
	TOTAL	209.987

II.3 Data Lapangan

II.3.1 *Marketing Mix* (7P)

Menurut Sofyan Assauri (2013) *Marketing Mix* merupakan gabungan dari variabel-variabel inti dalam suatu sistem pemasaran yang mana berpengaruh terhadap reaksi konsumen pada kegiatan pasar tersebut. (h.12)

II.3.1.1 *Product*

1) Fasilitas Utama

a. Wahana Ethnic Village

Wahana Ethnic Village terletak dibagian sebelah kanan dari tangga menuju atas puncak. Ketika masuk pengunjung disuguhkan dengan berbagai macam tanaman. Mulai dari tanaman-tanaman hias seperti anggrek dan bunga gelombang cinta. Selain itu, tanaman-tanaman yang berasal dari daerah sekitar yang hidup di hutan juga dapat ditemui pada wahana ini. Seperti tanaman pakis hutan yang besar, kadaka dan tanduk rusa .

Wahana ini menjadi salah satu tempat favorit pengunjung untuk berfoto dengan gaya andalannya masing-masing. Tidak hanya hiburan serta dokumentasi yang didapat namun juga informasi-informasi terkait tanaman juga ditemukan dalam wahana ini. Berkonsep wisata edukasi wahana Ethnic Village cocok untuk keluarga yang berlibur membawa anak-anaknya.



Gambar II.2 Wahana Ethnic Village
Sumber: Data Pribadi (2020)

a. Wahana Jembatan Goyang

Wahana Jembatan Goyang adalah salah satu wahana permainan yang dapat memacu adrenalin. Pada wahana ini kita dituntut untuk menyeimbangkan tubuh saat berjalan disebuah tali dan papan, ditambah dengan adanya tiupan angin yang cukup kuat membuat jembatannya semakin goyang. Permainan ini tentunya dilengkapi dengan pengaman yang sesuai standar ketentuan yang berlaku. Sebelum bermain pemandu akan menjelaskan bagaimana aturan dan tata cara bermain kepada pengguna wahana permainan Jembatan Goyang.



Gambar II.3 Wahana Jembatan Goyang
Sumber: Data Pribadi (2020)

b. Wahana *Flying Fox*

Flying fox merupakan wahana permainan yang cukup banyak peminatnya. Alasan pengguna permainan ini selain sebagai pemacu adrenalin ialah juga sebagai pelepas stress. Rute yang dituju permainan *Flying Fox* sendiri ialah bukit di seberang berdekatan dengan bangunan penginapan Soul Puncak Lawang.



Gambar II.4 Wahana *Flying Fox*
Sumber: Data Pribadi (2020)

c. Wahana Paralayang

Paralayang merupakan jenis permainan yang paling memacu adrenalin. Paralayang termasuk dalam kelompok olahraga terbang bebas yang menggunakan parasut sebagai alat. Permainan ini dapat dinikmati oleh pengunjung wisata Soul Puncak Lawang dengan ditemani oleh seorang pemandu. Pendaratan dilakukan di daerah Maninjau, Tanjung Raya. Saat bermain Paralayang pengguna akan disuguhkan pemandangan kelok 44 dan Danau Maninjau dari atas ketinggian.

Wahana Paralayang merupakan salah satu potensi yang menjadikan Soul Puncak Lawang berbeda dengan kompetitor lain. Terbang di atas ketinggian Danau Maninjau adalah suatu kelebihan yang akan dirasakan oleh pengunjung.

Wahana ini juga sangat banyak digemari oleh wisatawan luar daerah Sumatera Barat saat.



Gambar II.5 Wahana Paralayang
Sumber: Data Pribadi (2020)

d. Wahana *Selfie*

Wahana *Selfie* merupakan kumpulan spot-spot foto yang *instagramable* yang disediakan oleh wisata Soul Puncak Lawang kepada pengunjung. Wahana *Selfie* sendiri terdiri dari Sarang Tampuo, Meja Tabang dan Sarang Buruang. Nantinya, pengunjung akan difoto oleh tukang foto yang disediakan oleh Soul Puncak Lawang menggunakan kamera yang canggih.



Gambar II.6 Wahana *Selfie*
Sumber: Data Pribadi (2020)

e. Wahana ATV

ATV singkatan dari *All Terrain Vehicle* merupakan sebuah permainan menggunakan kendaraan dengan menantang ketakutan dalam diri sendiri. Permainan ATV biasa dilakukan pada daerah-daerah alam dengan medan yang sulit ditempuh dengan kendaraan biasa. Permainan ATV kini juga terdapat di wisata Soul Puncak Lawang. Rute ATV terbagi atas dua, rute pendek dengan biaya sebesar tiga puluh lima ribu rupiah dan rute panjang sebesar lima puluh ribu rupiah.

f. Wahana Trampolin dan Istana Balon

Trampolin adalah permainan yang memanfaatkan karet dan tenaga untuk membuat pemainnya meloncat ke udara. Sedangkan istana balon merupakan karakter balon berbentuk istana dengan berbagai permainan pendukungnya. Trampolin dan istana balon merupakan salah satu dari jenis wahana yang baru ada di wisata Soul Puncak Lawang. Trampolin dan istana balon ini hanya diperuntukkan bagi anak-anak. Setiap anak akan diawasi oleh penjaga wahana dan juga orang tua.

2) Fasilitas Pendukung

a. Loket Penjualan Tiket



Gambar II.7 Loket Penjualan Tiket
Sumber: Data Pribadi (2020)

Loket penjualan tiket merupakan tempat pertama pengunjung berhenti sebelum bisa masuk ke wilayah wisata Soul Puncak Lawang. Setiap pengunjung yang berusia diatas 5 tahun dikenakan biaya satu buah tiket masuk wisata Soul Puncak Lawang. Tiket masuk wisata sudah termasuk didalamnya biaya parkir kendaraan sehingga parkir tidak perlu mengeluarkan uang lagi.

b. Kendaraan Angkut Khusus Wisata

Kendaraan yang disediakan oleh Soul Puncak Lawang berupa mobil bus terbuka. Kendaraan ini difungsikan untuk mengangkut pengunjung dari parkiran bawah sehingga pengunjung tidak merasa lelah harus berjalan menanjak keatas. Setiap pengunjung yang menaiki fasilitas kendaraan angkut ini tidak dikenakan biaya sedikit pun.

c. Parkir

Tempat parkir adalah salah satu fasilitas yang wajib dimiliki oleh sebuah tempat wisata. Jika lahan parkir terpenuhi secara langsung pengunjung akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Soul Puncak Lawang memiliki lahan parkir yang luas.



Gambar II.8 Lahan Parkir
Sumber: Data Pribadi (2020)

Terbagi atas dua tempat yaitu daerah atas yang rindang dengan pepohonan lebih didominasi oleh kendaraan roda dua. Daerah parkir atas diperuntukkan bagi pengunjung yang ingin langsung sampai di tempat. Sedangkan daerah bawah dengan lahan yang lebih luas namun lebih terbuka. Pengunjung yang ingin ke atas biasanya bisa menaiki kendaraan angkut khusus yang disediakan oleh Soul Puncak Lawang secara gratis. Sedangkan biaya untuk parkir kendaraan sendiri tidak dikenakan biaya apapun.

d. Penginapan

Penginapan merupakan salah satu aset yang didirikan oleh PT.Soul Puncak Lawang. Penginapan berupa hotel eksklusif dengan fasilitas dan pemandangan yang indah dalam menikmati alam di puncak lawang. Bangunan hotel ini sendiri masih dalam tahap pembangunan. Perkiraan waktu pengerjaan akan diselesaikan pada bulan April 2020 ini. Sekitar 80% dari rencana pembangunannya telah dapat diselesaikan. Hotel ini dilengkapi dengan fasilitas kolam renang yang mengarah ke Danau Maninjau.



Gambar II.9 Bangunan Penginapan
Sumber: Data Pribadi (2020)

Harapan dengan adanya pembangunan hotel ialah untuk membuat pengunjung agar bisa merasakan kenyamanan suasana Puncak Lawang dalam waktu yang lebih lama

lagi. Serta menjadi hal baru bagi pengunjung dapat melihat indahnya pemandangan Danau Maninjau dan Kelok 44 dengan gemerlapnya lampu di malam hari.

e. Restoran

Pine Resto merupakan restoran resmi dari Soul Puncak Lawang yang sedang dalam masa pembangunan. Tema yang diangkat pada Pine Resto adalah berupa *Food Court*. Nantinya Pine Resto akan menyajikan makanan-makanan khas nagari Puncak Lawang dan Minangkabau. Namun, makanan lainnya juga akan tersedia dengan cita rasa lidah Indonesia. Pemandangan belakang dari Pine Resto mengarah ke perbukitan yang rindang.



Gambar II.10 Bangunan Luar Pine Resto
Sumber: Data Pribadi (2020)

f. Musala

Musala digunakan untuk tempat beribadah bagi pengunjung yang beragama islam. Bangunannya berlantai dua, dimana saat ini yang bisa digunakan hanya lantai pertama. Karena, pada lantai kedua sekeliling bangunannya belum diberi pembatas pagar dan untuk meminimalisir kejadian yang tidak diinginkan bangunan tidak digunakan dahulu. Musala ini dilengkapi dengan tempat berwudhu dan toilet yang terpisah antara laki-laki dengan perempuan. Biaya yang dikeluarkan untuk

penggunaan tempat ibadah ini adalah sebesar dua ribu rupiah. Biaya ini digunakan sebagai uang kebersihan serta air.



Gambar II.11 Bangunan Musala
Sumber: Data Pribadi (2020)

Fasilitas-fasilitas yang terdapat pada musala ialah mukenah, sarung dan sandal wudhu. Ruang salat antara laki-laki dengan perempuan terpisah dengan diberi batas tirai. Tingkat kebersihan dalam ruang musala serta barang-barang lainnya cukup terjaga.

g. Toilet

Suatu objek wisata sudah seharusnya menyediakan fasilitas umum berupa toilet agar pengunjung merasa nyaman selama berada ditempat wisata. Sama halnya dengan Soul Puncak Lawang memiliki toilet yang cukup banyak sehingga meminimalisir antrian pengunjung dalam menggunakan bilik toilet. Namun, beberapa pengunjung merasa kurang puas dengan kebersihan toilet Soul Puncak Lawang. Terkadang toilet mengeluarkan bau yang tidak enak serta keadaan lantai yang tergenang air. Pengunjung dapat menggunakan fasilitas toilet ini dengan membayar sebesar dua ribu rupiah.



Gambar II.12 Bangunan Toilet Umum
Sumber: Data Pribadi (2020)

II.3.1.2 Place



Gambar II.13 Peta Lokasi

Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Soul+Puncak+Lawang> (Diakses pada 12/04/2020)

Wisata Soul Puncak Lawang berada pada wilayah yang strategis yang beralamatkan Nagari Lawang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Soul Puncak Lawang dapat ditempuh melalui dua arah. Pertama ialah bisa melalui Kota Bukittinggi dengan jarak kurang lebih sekitar 27,9 km. Waktu tempuh ke Soul Puncak Lawang selama 1 jam. Kedua, bisa melalui Kota Padang dengan jarak

kurang lebih 109,8 km melalui rute jalan Lintas Barat Sumatera / jalan Raya Padang - Bukittinggi dan jalan Sicincin - Malalak – Balingka dengan waktu tempuh 2,5 jam.

II.2.1.3 Price

a. Jam Buka

Jam buka wisata Soul Puncak Lawang dijelaskan sebagai berikut :

Senin	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Selasa	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Rabu	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Kamis	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Jumat	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Sabtu	: 08.00 WIB – 17.00 WIB
Minggu dan Hari Libur Nasional	: 07.00 WIB – 18.00 WIB

b. Tiket Masuk

Harga yang ditawarkan oleh wisata Soul Puncak Lawang cukup mudah dijangkau oleh anak muda dan keluarga. Harga tiket masuk ke wisata senilai dua puluh ribu rupiah per orang pada hari biasa dan dua puluh lima ribu rupiah untuk akhir pekan. Hal ini cukup sebanding dengan fasilitas yang disediakan oleh Soul Puncak Lawang. Karena pengelola terus memperbaiki sarana dan fasilitasnya.

Tabel II.4 Tabel tiket masuk
Sumber: data pribadi (2020)

Hari	Harga
Weekday	Rp20.000,-
Weekend	Rp25.000,-

c. Tiket Wahana

Tabel II.5 Daftar Harga Wahana Soul Puncak Lawang
Sumber: Wawancara Pihak Soul Puncak Lawang (2020)

No	Wahana	Harga
1	Etnic Village	Rp5.000,-
2	Jembatan Goyang	Rp25.000,-
3	Flying Fox	Rp25.000,-
4	Paralayang	Rp850.000,-
5	Wahana Selfie	Rp5.000,- hingga Rp15.000,-
6	ATV	Rp35.000,- hingga Rp50.000,-
7	Trampolin	Rp5.000,-
8	Istana Balon	Rp5.000,-

II.3.1.4 *Promotion*

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006) “promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya”. (h.120)



Gambar II.14 Promosi Akun YouTube Soul Puncak Lawang

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=RcksAVn55Jc> (Diakses pada 12/04/2020)

Soul Puncak Lawang juga melakukan beberapa bentuk usaha promosi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Seperti diadakannya sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah dan lingkungan masyarakat. Serta pengenalan wisata Soul Puncak Lawang di beberapa media sosial. Selain itu atas dukungan dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam yang bekerjasama dengan stasiun televisi ANTV dan CNN melakukan promosi berupa liputan tempat wisata.



Gambar II.15 Promosi Liputan CNN

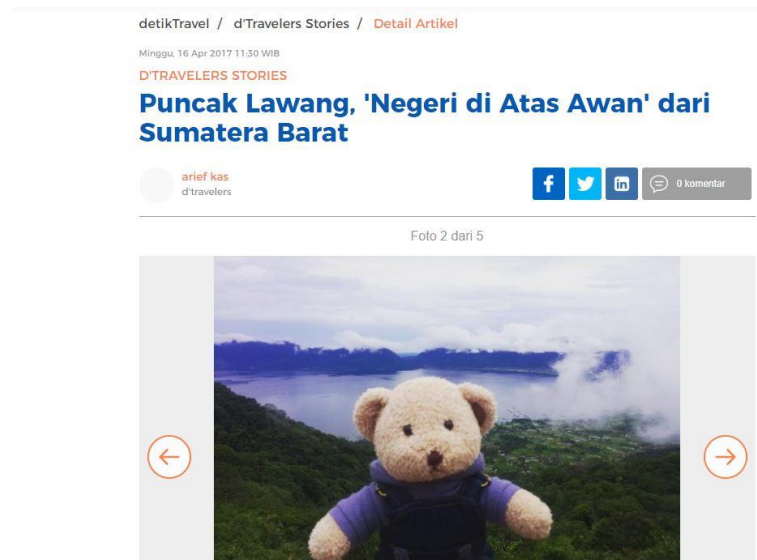
Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=tzvo_PWNKJU (Diakses pada 12/04/2020)

Soul Puncak Lawang juga mengadakan perlombaan paragliding atau paralayang sebagai bentuk usaha dalam memperkenalkan wisata ke masyarakat luas. Soul Puncak Lawang bersama Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam mampu menyelenggarakan kegiatan besar ini dengan lancar. Terlihat dari antusias para peserta yang ikut. Para peserta tidak hanya berasal dari negara Indonesia namun juga dari negara luar.



Gambar II.16 Promosi dalam Lomba Paragliding

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=a75wqNq5S6c> (Diakses pada 12/04/2020)



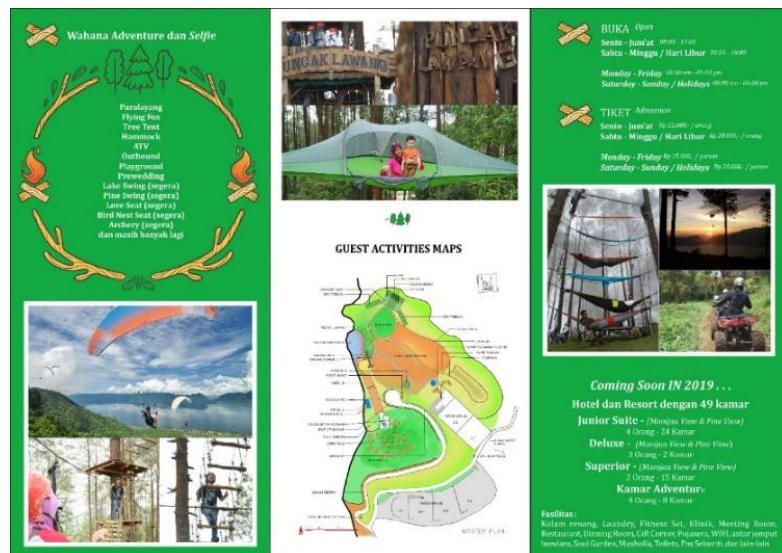
Gambar II.17 Artikel detik.com

Sumber: https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-3473655/puncak-lawang-negeri-di-atas-awan-dari-sumatera-barat/ (Diakses pada 12/04/2020)

Promosi lain yang dilakukan adalah melalui tulisan dalam sebuah laman daring travel.detik.com. Pada tulisan tersebut berisi tentang informasi mengenai hal-hal menakjubkan yang ada di wisata Soul Puncak Lawang. Selain itu, Soul Puncak Lawang juga menyebarkan brosur yang bertujuan agar target pasar produk dapat sesuai dengan rencana.



Gambar II.18 Brosur bagian luar
Sumber: Data Perusahaan (2020)



Gambar II.19 Brosur bagian dalam
Sumber: Data Perusahaan (2020)

II.3.1.5 *People*

Pelayanan yang diberikan oleh wisata Soul Puncak Lawang dalam kenyamanan pengunjung cukup memadai. Namun, masih ada beberapa kekurangan yang terlihat dengan kurangnya perawatan terhadap fasilitas yang telah tersedia. Seperti kebersihan toilet yang belum maksimal dan juga kurang banyaknya pengadaan bak sampah setiap sudutnya. Hal lainnya ialah di beberapa fasilitas masih belum tersedia informasi dan juga petunjuk sehingga dapat membuat bingung pengunjung saat pertama kali berkunjung ke Soul Puncak Lawang. Hingga saat ini, pengelola terus berusaha untuk meningkatkan pelayanan serta fasilitas yang disediakan.

II.3.1.6 *Process*

Seorang pengunjung akan melalui tahap-tahap berkunjung ke wisata Soul Puncak Lawang sebagai berikut :

- Membeli tiket pada pintu masuk pertama melalui petugas tiket Soul Puncak Lawang
- Memarkir kendaraan yang dibawa sesuai arahan dari petugas parkir Soul Puncak Lawang. Jika mendapat parkir di area bawah maka dianjurkan untuk menaiki kendaraan angkut khusus penumpang Soul Puncak Lawang
- Masuk ke area wisata bisa melalui tangga yang terdapat sebelah kiri dan kanan
- Jika ingin menggunakan wahana yang tersedia maka lihat aturan yang ada
- Ketika pulang, tiket masuk harap diperlihatkan kepada petugas parkir karena biaya parkir gratis sudah termasuk dalam tiket masuk Soul Puncak Lawang

II.3.1.7 *Physical Evidence*

Aset-aset yang dimiliki oleh wisata Soul Puncak Lawang untuk saat ini masih terus dikembangkan. Aset dapat berupa unsur fisik atau nyata guna mempengaruhi keputusan konsumen untuk dapat menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Soul Puncak Lawang. Unsur fisik yang termasuk dalam sarana fisik adalah bangunan, peralatan, perlengkapan, logo, kendaraan, seragam karyawan dan juga

barang-barang penunjang lainnya. Sarana fisik berupa bangunan terdiri dari bangunan hotel, toilet, musala, restoran dan parkir. Peralatan terdiri dari tiap-tiap wahana yang dilengkapi dengan alat perlindungan diri. Perlengkapan yaitu ada perlengkapan musala berupa sandal wudu, mukenah dan sarung serta perlengkapan pada hotel berupa isi dari tiap-tiap kamarnya. Sedangkan kendaraan yang disediakan adalah berupa mobil angkut khusus pengunjung Soul Puncak Lawang.

Logo mampu memberi identitas terhadap suatu produk yang berfungsi sebagai alat pemasaran agar membedakan produk dengan pesain-pesaing lainnya. Logo termasuk kedalam aset penting yang dimiliki sebuah perusahaan. Orisinalitas sebuah logo dapat membawa produk yang dipasarkan memegang nilai tinggi terhadap pandangan konsumen. Suatu logo harus menggambarkan bagaimana produk yang dijual, tujuan, visi dan misinya agar berbeda dari pesaing-pesaing yang lain.



Gambar II.20 Logo Soul Puncak Lawang
Sumber: Data Perusahaan (2020)

II.4 Data Pengguna

II.4.1 Kuisisioner

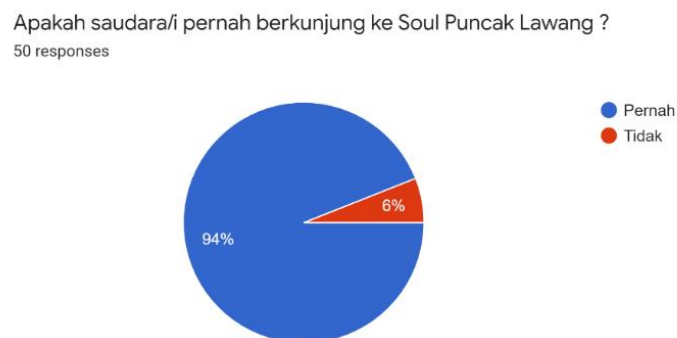
Kuisisioner adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi dalam pengumpulan data sebuah penelitian tanpa wajib untuk datang langsung ke lokasi sumber data (Dewa Ktut Sukardi, 1983). Jenis-jenis kuisisioner terbagi atas dua kelompok yaitu sebagai berikut :

- Kuisisioner Terbuka : kuisisioner dengan pertanyaan yang memberi kesempatan terhadap responden untuk bebas berpendapat perihal pertanyaan yang diajukan sesuai dengan objek yang dibahas.
- Kuisisioner Tertutup : kuisisioner dengan membatasi jumlah jawaban dari pertanyaan sehingga dapat mempermudah dan lebih efektif bagi responden.

Pada perancangan promosi Soul Puncak Lawang data didapat dari hasil kuisisioner tertutup. Tujuannya agar responden merasa lebih efektif dalam memberikan jawaban karena telah diberi arahan. Kuisisioner tersebut terdiri atas enam pertanyaan dengan 50 orang responden yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat dan luar Sumatera Barat. Berikut dijelaskan hasil dari pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tertutup perancangan promosi Soul Puncak Lawang.

Berdasarkan dari analisa yang dilakukan maka jenis kuisisioner yang tepat digunakan pada Soul Puncak Lawang adalah kuisisioner tertutup. Kuisisioner disebarkan kepada 50 orang responden yang berasal dan berdomisili dari Provinsi Sumatera Barat. Responden dituntun untuk memberi jawaban sesuai dengan yang mereka alami. Berikut adalah daftar pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tertutup pada tanggal 7 April 2020 :

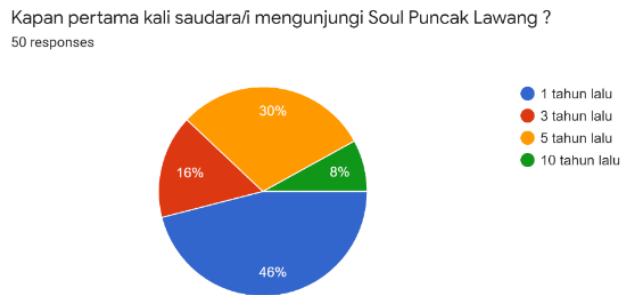
1) Apakah saudara/i pernah berkunjung ke Soul Puncak Lawang?



Gambar II.21 Diagram Kuisisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan kuisioner yang disebarakan dari jumlah 50 orang responden sebanyak 94% menjawab telah pernah mengunjungi Soul Puncak Lawang dan sisanya sebanyak 6% menjawab belum pernah mengunjunginya.

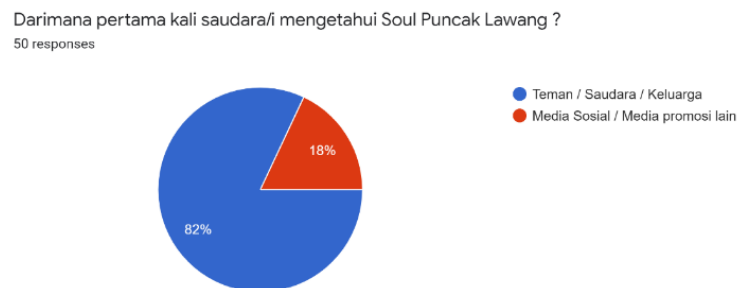
2) Kapan pertama kali saudara/i mengunjungi Soul Puncak Lawang ?



Gambar II.22 Diagram Kuisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan kuisioner yang disebarakan dari jumlah sebanyak 50 orang responden dengan persentase 46% menjawab kunjungan pertama dilakukan pada kurun waktu 1 tahun yang lalu, 16% kurun waktu 3 tahun yang lalu, 30% kurun waktu 5 tahun yang lalu dan 8% kurun waktu 10 tahun yang lalu.

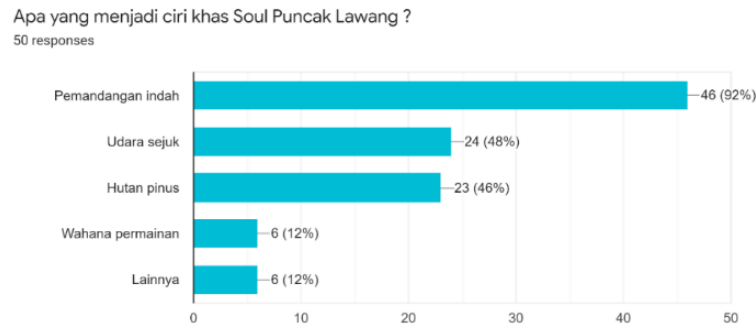
3) Darimana pertama kali saudara/i mengetahui Soul Puncak Lawang ?



Gambar II.23 Diagram Kuisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan kuisioner yang disebarakan dari jumlah 50 orang responden sebanyak 82% menjawab mereka mengetahui wisata Soul Puncak Lawang dari teman, saudara atau keluarga mereka dan sisanya sebanyak 18% lagi berasal dari media sosial.

4) Apa yang menjadi ciri khas Soul Puncak Lawang ?



Gambar II.24 Diagram Kuisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan kuisioner yang disebarakan dari jumlah 50 orang responden ketika diminta untuk mengemukakan ciri khas apa yang melekat pada Soul Puncak Lawang, jawaban yang didapat adalah pemandangan indah menempati peringkat utama. Lalu jawaban udara yang sejuk, hutan pinus, karena wahana permainan dan alasan lainnya.

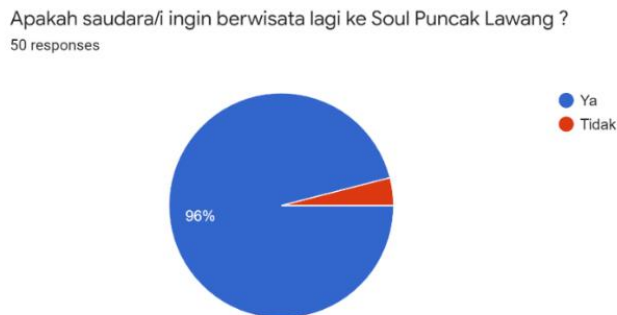
5) Berapa poin kepuasan yang saudara/i berikan kepada Soul Puncak Lawang ?



Gambar II.25 Diagram Kuisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan kuisisioner yang disebarakan dari jumlah 50 orang responden persentase sebanyak 16% menjawab tingkat kepuasan mereka terhadap Soul Puncak Lawang berada pada bintang 3 yaitu cukup, 64% menjawab bintang baik dengan arti sudah baik serta sisanya sebanyak 20% merasa sempurna dengan yang diberikan oleh Soul Puncak Lawang.

6) Apakah saudara/i ingin berwisata lagi ke Soul Puncak Lawang ?



Gambar II.26 Diagram Kuisisioner
Sumber: Pribadi (7 April 2020)

Berdasarkan sebaran kuisisioner dengan jumlah 50 orang responden ketika ditanya apakah mereka ingin Kembali lagi berwisata ke Soul Puncak Lawang dikemudian hari sebanyak 96% menjawab mau dan sisanya 4% menjawab tidak mau lagi.

II.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mendapatkan informasi data yang dilakukan secara terorganisasi atau tidak yang dapat dilakukan secara tatap muka langsung ataupun melalui jaringan telepon (Sugiyono, 2017).

Macam-macam wawancara dikelompokkan sebagai berikut :

- Wawancara Terpimpin adalah pewawancara telah membuat sejumlah daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber secara terinci dan terorganisasi.

- Wawancara Bebas adalah wawancara dilakukan dengan pewawancara mengajukan pertanyaan secara bebas kepada narasumber namun tetap berhubungan dengan objek yang diteliti.
- Wawancara Bebas Terpimpin adalah wawancara yang mengandung unsur dari kedua jenis wawancara diatas. Penggabungan cara wawancara terpimpin dengan wawancara bebas harus tetap sesuai dengan aturan dan pedoman perihal objek yang diteliti.

II.4.2.1 Wawancara dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam

Wawancara langsung dilakukan pada tanggal 12 Februari 2020 di kantor Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam, beliau adalah salah seorang pegawai dengan jabatan Kepala Seksi Pengembangan Kerja Sama Usaha Peserta dan Pengembangan Pelaku Pariwisata. Menurut Metrizon, wisata Soul Puncak Lawang memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan kedepannya. Sangat memungkinkan bila beberapa tahun kedepan wisata Soul Puncak Lawang bisa menjadi destinasi wisata populer di Indonesia.



Gambar II.27 Metrizon
Sumber: Pribadi (12 Februari 2020)

Saat ini, peran dari pemerintah daerah sendiri adalah sebagai *support* pada setiap kegiatan dalam mengembangkan pariwisata Soul Puncak Lawang. Peran tersebut terlihat dengan keikutsertaan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten

Agam memberikan informasi dan promosi ke tiap-tiap daerah di Sumatera Barat maupun luar Sumatera Barat. Pengadaan *event-event* di Soul Puncak Lawang yang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam adalah salah satu bentuk peran langsung yang diberikan. Biasanya, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam memperkenalkan dan mengikutsertakan tamu luar negeri pada *event* tersebut.

Selain itu, pemerintah daerah juga berusaha mengembangkan pariwisata Kabupaten Agam sebagai *Halal Tourism*. Contohnya, Soul Puncak Lawang menjadi pariwisata yang bersahabat, ramah, terbuka dan menyediakan kuliner yang halal. Hal ini dapat meningkatkan angka pariwisata serta memberi dampak kesejahteraan pedagang dan masyarakat Kabupaten Agam.

II.4.2.2 Wawancara dengan Pengelola Soul Puncak Lawang

Wawancara langsung dilakukan pada tanggal 3 Maret 2020 di wisata Soul Puncak Lawang bersama pengelola lapangan Soul Puncak Lawang yaitu Mukhlis. Beliau mengatakan bahwa Soul Puncak Lawang telah berdiri sejak ratusan tahun lalu tepatnya pada masa penjajahan negara Belanda. Pada zaman Belanda, Soul Puncak Lawang dinamakan dengan sebutan Rumah Bola dan sudah cukup ramai dikunjungi.



Gambar II.28 Mukhlis
Sumber: Pribadi (3 Maret 2020)

Pada bulan Juni 2018 Objek Wisata Puncak Lawang kemudian mengalami perpindahan pengelolaan ke tangan PT.Soul Puncak Lawang. Potensi yang dimiliki oleh Soul Puncak Lawang sendiri sangat tinggi terlihat dari tahun ke tahun pengelola bekerja keras untuk mengembangkan fasilitas, sarana dan pelayanan. Tujuannya agar pariwisata Soul Puncak Lawang dikenal hingga wisatawan mancanegara. Pengelola berharap dengan adanya potensi-potensi pada Soul Puncak Lawang ini bisa menjadi nilai tambah untuk bersaing dengan pariwisata di kancah nasional hingga internasional.

II.4.2.3 Wawancara dengan PT.Soul Puncak Lawang

Wawancara langsung dilakukan pada tanggal 6 Maret 2020 di kantor PT.Soul Puncak Lawang yang beralamatkan di Jalan Ujung Gurun No.152 Kelurahan Ujung Gurung, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Beliau adalah Heny yang bertugas di bagian keuangan PT.Soul Puncak Lawang. Data yang didapat dari beliau bahwa Objek Wisata Puncak Lawang resmi dipegang oleh Direktur Utama PT.Soul Puncak Lawang Ir.Zola Pandoe pada bulan Juni 2018 yang kemudian berganti nama menjadi Soul Puncak Lawang.



Gambar II.29 Heny
Sumber: Pribadi (6 Maret 2020)

Namun, selama masa perpindahan pengelolaan Soul Puncak Lawang belum bisa melakukan promosi ke publik karena terkendala oleh belum keluarnya surat Izin Mendirikan Bangunan secara resmi. Berbagai usaha dalam mengembangkan wisata Soul Puncak Lawang terus dilakukan karena melihat dari potensi yang dimiliki cukup besar. Seperti halnya mendirikan beberapa sarana pendukung di objek wisata serta mengembangkan sarana-saran yang telah ada agar menjadi lebih baik lagi. Harapan PT.Soul Puncak Lawang sendiri adalah menginginkan wisata Soul Puncak Lawang dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan dari luar daerah Sumatera Barat hingga ke tingkat Internasional.

II.4.2.4 Wawancara dengan Uni Duta Wisata Kabupaten Agam

Wawancara melalui jaringan telepon dilakukan pada tanggal 29 Desember 2019, beliau merupakan salah satu Uni Duta Wisata Kabupaten Agam 2019. Menurut Laras Sati pariwisata yang dimiliki Kabupaten Agam khususnya Soul Puncak Lawang memiliki potensi yang sangat menarik untuk bisa terus dikembangkan. Karena dilihat dari kekayaan alam yang ada di Puncak Lawang sangat memungkinkan Pariwisata Kabupaten Agam dapat sampai ke pasar Internasional



Gambar II.30 Laras Sati
Sumber: Narasumber (29 Desember 2019)

Peran dari Uda dan Uni Kabupaten Agam terhadap pariwisata Kabupaten Agam adalah membantu dalam peningkatan serta kemajuan wisata yang ada di Kabupaten Agam agar lebih dikenal oleh masyarakat luar. Sehingga dari masyarakat sendiri dapat mengenal wisata apa saja yang ada di Kabupaten Agam. Karena seperti yang diketahui bahwa banyak dari orang-orang diluar sana yang masih belum mengetahui daerah Kabupaten Agam. Daerah Kabupaten Agam jika dikembangkan sangat memungkinkan menjadi pelopor wisata terlengkap di Sumatera Barat. Wisata-wisata tersebut tersebar dari laut, danau, hutan, pegunungan, air terjun, museum serta *halal tourism*. Dampak yang diharapkan dari Tindakan Ikatan Uda Uni Kabupaten Agam ialah agar wisata tersebut lebih terekspose dan pengunjung semakin meningkat.

Saat ini Ikatan Uda Uni Kabupaten Agam, sedang melakukan sosialisasi ke berbagai sekolah, lingkungan masyarakat secara serta media social dalam memperkenalkan Soul Puncak Lawang. Pada sosialisasi tersebut kita menjelaskan mengenai wisata, tata letak dan program yang ditawarkan. Pengenalan melalui media dimana Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam bekerjasama dengan stasiun televisi ANTV dan pesawat Lion Air. Melalui media radio dan media cetak koran Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam Bersama Ikatan Uda Uni Kabupaten Agam terus melakukan pengenalan daerah Kabupaten Agam ke berbagai pelosok daerah terkait potensi dan kemajuan bidang pariwisata di Kabupaten Agam.

II.5 Analisis Masalah

II.5.1 SWOT

Menurut Zaenuri (2012) “analisis SWOT memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan dasar terhadap strategi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan dari objek” (h.269). Faktor-faktor yang mempengaruhi analisis SWOT terbagi atas dua kelompok. Pertama, faktor internal yang terdiri dari *strength* (potensi atau kekuatan) dan *weakness* (kendala atau kelemahan). Kedua, faktor eksternal terdiri dari *opportunity* (kesempatan atau peluang) dan *treath* (ancaman).

1) *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki pemandangan indah dengan udara sejuk.
- Memiliki hutan pinus yang masih asri.
- Memiliki banyak wahana permainan salah satunya yang menjadi unggulan yaitu wahana paralayang.
- Akses jalan bangunan yang baik.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- Pengunjung Wisata Soul Puncak Lawang sebagian besar baru berasal dari Provinsi Sumatera Barat.
- Sarana masih dalam pengerjaan hingga saat ini.
- Kebersihan kurang terjaga.

3) *Opportunity* (Peluang)

- Potensi yang dimiliki oleh Soul Puncak Lawang sangat banyak sehingga dapat dijadikan poin lebih dalam memasarkan produk.
- Beberapa fasilitas seperti hotel, wahana permainan, taman dan musala sedang dalam tahap pembangunan sehingga menjadi harapan pengunjung semakin banyak yang datang ke Soul Puncak Lawang.
- Merupakan wisata di Kabupaten Agam yang sangat banyak diminati oleh pengunjung.
- Tingkat kepuasan para pengunjung Soul Puncak Lawang berada pada angka 87,5%.

4) *Threats* (Ancaman)

- Banyaknya objek wisata yang berdekatan dengan Soul Puncak Lawang dengan menyajikan potensi pemandangan indah Danau Maninjau.
- Biaya tiket masuk lebih mahal dibandingkan dengan pesaing.
- Salah satu dari pesaing ada yang lebih dahulu memiliki fasilitas hotel, restoran dan toko oleh-oleh.

II.5.2 Peta Pesaing

Sumatera Utara memiliki potensi pariwisata sangat bagus yang dapat dinikmati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Beberapa objek wisata yang ada di Provinsi Sumatera Utara dengan kunjungan wisatawan dari dalam maupun luar negara ialah Danau Toba, Berastagi, dan Bahorok. Danau Toba merupakan sebuah danau alami yang terbentuk dari letusan gunung berapi ribuan tahun lalu. Terdapat dalam sebuah laman daring Tokopedia.com yang mengatakan bahwa Danau Toba merupakan danau terluas kedua di dunia. Memiliki kedalaman 1600 meter dan luas lebih kurang 1.145 kilometer persegi dengan pulau samosir ditengah-tengah.

Danau Toba secara geografis dikelilingi oleh tujuh kabupaten di Sumatera Utara yaitu Kabupaten Samosir, Toba Samosir, Simalungun, Karo, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan dan Dairi. Danau Toba dapat ditempuh melalui jalur darat, air dan udara. Jalur transportasi yang memadai membuat pariwisata Danau Toba ramai dikunjungi oleh para wisatawan. Selain karena potensi alam pemandangan, kebudayaan di wilayah Toba juga menjadi faktor pendukung dalam menarik perhatian wisatawan dari luar daerah Sumatera Utara.

II.5.2.1 Wisata Danau Toba



Gambar II.31 Wisata Dolok Nauli Park

Sumber: https://riyanthisianturi.com/wp-content/hostinger-page-cache/pearung-silali-dolok-nauli-park/_index.html (Diakses 19/04/2020)

Salah satu destinasi wisata di Danau Toba adalah Dolok Nauli Park. Terletak di desa Pearung Silali, Kecamatan Pearanginan, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara. Objek wisata yang menawarkan pemandangan Danau Toba dari atas ketinggian bukit. Bukit dengan pepohonan pinus rindang, pemandangan yang lebih tenang, udara sejuk, serta bisa menjangkau pinggiran Danau Toba. Dolok Nauli Park menjadi alternatif yang pas untuk dikunjungi ketika ke Danau Toba.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Utara terus melakukan perbaikan-perbaikan untuk meningkatkan angka wisatawan. Dimulai dari pembenahan fasilitas dan sarana terhadap destinasi wisata serta sumber daya manusia. Salah satu fasilitas yang menunjang dalam meningkatkan pariwisata Danau Toba adalah pembaharuan terhadap Bandara Internasional Silangit. Terletak di Siborong-borong, Tapanuli Utara, Sumatera Utara. Sejak 17 Agustus 2018 telah resmi dibuka untuk penerbangan internasional. Sehingga, dapat memudahkan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke objek wisata Danau Toba. Fasilitas lainnya berupa pengadaan *rest area*, toilet, musala, petunjuk area dan makanan halal. Tidak lupa juga pemerintah setempat melakukan pemberdayaan terhadap pelaku wisata di daerah sekitara Danau Toba.

II.5.2.2 SWOT

1) *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki pemandangan indah.
- Udara sejuk.
- Hutan pinus.
- Akses jalur darat, air dan udara memadai.
- Sudah dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara.
- Salah satu rekomendasi pariwisata terbaik Indonesia.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- Fasilitas masih kurang memadai.
- Keamanan terhadap beberapa fasilitas tersedia kurang memadai.

- Makanan halal di area wisata masih sulit dijumpai.

3) *Opportunity (Peluang)*

- Menjadi pesaing untuk wisata-wisata Indonesia dengan terus melakukan inovasi.
- Semua akses jalur darat, air dan udara sudah terpenuhi sehingga mempermudah akses wisatawan.

4) *Threats (Ancaman)*

- Karena kurangnya makanan halal di daerah sekitaran wisata dapat menyebabkan intensitas waktu kunjungan wisatawan semakin kurang.

II.5.3 Tabel SWOT

Tabel SWOT berfungsi untuk memetakan kondisi yang sedang diteliti. Sebagaimana Soul Puncak Lawang digambarkan berikut :

Tabel II.6 Strategi Analisis SWOT Objek dan Pesaing
Sumber: Analisis Pribadi (2020)

Internal Eksternal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity (Peluang)</i>	Wisata halal dan ramah lingkungan	Pengunjung baru berasal dari daerah sekitar Sumatera Barat
<i>Threats (Ancaman)</i>	Kualitas terus dikembangkan untuk menyeimbangkan kuantitas	Memperkenalkan potensi yang dimiliki untuk menarik pasar yang lebih luas

Pada tabel SWOT diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa wisata Soul Puncak Lawang memberikan beberapa keunggulan berupa potensi-potensi alam serta pelayanan yang terus dikembangkan agar pengunjung merasa puas. Namun, wisata Soul Puncak Lawang juga memiliki kekurangan berupa pengunjung saat ini baru berasal dari provinsi Sumatera Barat padahal melihat dari potensi yang dimiliki sangat berpeluang besar masuk dalam pasar yang lebih luas hingga ke mancanegara.

II.6 Resume

Berdasarkan dari observasi secara langsung ke Soul Puncak Lawang didapat informasi bahwa pengelola terus berupaya untuk memperbaiki fasilitas dan pelayanan tempat wisata. Beberapa wahana baru telah dibuka seperti *Etnic Village*, *Selfie*, Rumah Balon dan Trampolin. Pembangunan penginapan juga sedang berlangsung dengan harapan dapat menarik wisatawan dari luar daerah untuk menetap dalam jangka waktu yang lebih lama di Soul Puncak Lawang. Sehingga ini memperkuat Wisata Soul Puncak Lawang untuk menjadikan destinasi unggulan di Provinsi Sumatera Barat serta memperluas pasar hingga ke mancanegara.

Hasil analisis SWOT antara Soul Puncak Lawang dengan pesaing didapat bahwa persaingan pasar dapat terjadi satu sama lain dan tidak memandang jarak namun lebih kepada kualitas. Persaingan pasar yang ketat terjadi antara Soul Puncak Lawang dengan kompetitornya, dimana kedua belah pihak terus berupaya menghasilkan ide-ide baru.

Pada kuisisioner tertutup yang disebar didapat kesimpulan bahwa pengunjung merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Soul Puncak Lawang dan jika diberi kesempatan pengunjung ingin kembali mengunjungi. Sehingga yang perlu dilakukan selanjutnya adalah memperbaiki sistem promosi wisata. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola beserta pemerintah terlihat dari pengetahuan pengunjung dari luar daerah Sumatera Barat terhadap objek wisata.

Bentuk perancangan yang diusulkan setelah ditemukannya masalah terhadap objek adalah melakukan kampanye komersial dengan batasan masalah mengenai potensi pemandangan indah Danau Maninjau dari atas ketinggian. Serta adanya berbagai macam wahana permainan yang dapat dinikmati dari anak-anak hingga dewasa. Tujuan promosi adalah untuk menjadikan Soul Puncak Lawang sebagai destinasi unggulan di Provinsi Sumatera Barat dan memperluas pasar hingga mancanegara.

II.7 Solusi Perancangan

Solusi perancangan terhadap wisata Soul Puncak Lawang adalah dengan melakukan kampanye komersial berupa promosi dengan tujuan memperkenalkan potensi yang dimiliki Soul Puncak Lawang. Potensi tersebut berupa pemandangan indah Danau Maninjau dari atas ketinggian Nagari Lawang. Batasan masalah dalam perancangan adalah memperluas pasar Soul Puncak Lawang hingga luar daerah Sumatera Barat dengan membangun pengalaman unik kepada konsumen dengan memunculkan potensi-potensi yang dimiliki. Sehingga, harapan kedepannya wisata Soul Puncak Lawang menjadi salah satu dalam pilihan berwisata.