



LAPORAN AKHIR **PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

POTENSI PARIWISATA
BERBASIS AGRIBISNIS DAN UMKM
DI KOTA PAGARALAM



BADAN PERENCAAN DAN PEMBANGUNAN DAERAH
KOTA PAGARALAM PROVINSI SUMATERA SELATAN
TAHUN 2023

KATA PENGANTAR

Syukur Alkhamdulillah, telah disepakati oleh 2-pihak bermitra yaitu Pemkot Pagaram dan Pengurus Orwil PERHEPI Sumatera Selatan guna sukseskan kajian konsepsional empiris tentang pengembangan potensi kepariwisataan Kota Pagaram agar nyata menjadi tambahan aktif sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah).

Kesepakatan dicapai, bahwa untuk tim Orwil PERHEPI Sumsel diharapkan melakukan kajian lapangan (empirik) terhadap potensi lapangan terkait kepariwisataan daerah Kota Pagaram. Dari kajian yang dimaksudkan itu selanjutnya perlu disusun beberapa pokok pertimbangan ekonomi bisnis seperti tertera di Daftar Isi.

Demikian dokumen ini dibuat berdasarkan daftar lingkup tugas kolaborasi kedua pihak guna dijadikan patokan kerjasama nyata menyangkut kegiatan lapangan. Dari upaya kajian lapangan itu seterusnya tim Orwil PERHEPI Sumsel siap memaparkan hasil kajian tertulis pada laporan Antara & Akhir.

Pagaram Desember 2023

Tim Orwil PERHEPI Sumsel

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	2
Daftar Isi.....	3
BAB 1 Pendahuluan.....	3
BAB 2 Potensi Pariwisata Pagaralam.....	5
BAB 3 Pola Pengembangan Kepariwisataaan.....	7
BAB 4 Pasal Kunjungan dan Jadwal Pariwisata	14
BAB 5 Prakira Wistawan Jangka Menengah	21
BAB 6 Pencapaian Potensi PAD-Pariwisata	22
BAB 7 Pokok Kesimpulan Kajian & Saran.....	23

Bab #1.

PENDAHULUAN

Aneka ragam potensi alam yang dimiliki Kota Pagaralam ketika diperkaya dengan berbagai potensi kesejarahan dan adat-budaya Pasemah sungguh merupakan sederet objek wisata khas daerah. Ini patut dikembangkan dan dipromosikan sebagai objek kunjungan wisata, baik yang tak-terjadwal (terbuka setiap hari) maupun yang khusus terjadwal (melengkapi acara tertentu).

Andaikan kombinasi 3-unsur potensi objek wisata itu sengaja dikemas sebagai sasaran kunjungan “wisata khusus terjadwal” maka bagi Kota Pagaralam terbuka sederet program pariwisata bulanan di sepanjang tahun. Program dimaksud bisa dibuat terjadwal setiap bulan tanpa ada bulan kosong atau tanpa kegiatan wisata terjadwal (Tabel #1: Sasaran Program Wisata Terjadwal).

Amat wajar bagi daerah Pagaralam untuk menawarkan program wisata terjadwal (PWT)

kategori OLAH-RAGA SEHAT, meliputi: (1) *Wisata Olah-raga Arung Jeram*; (2) *Wisata Olah-raga Panjat Tebing*; (3) *Wisata Olah-raga Terbang-layang*; (4) *Wisata Olah-raga Motor-cross*; (5) *Wisata Olah-raga Off-roader*; (6) *Wisata Olah-raga Track-camping*; (7) *Wisata Olah-nafas Sehat-jiwa*

Layanan wisata Olah-raga Terjadwal tentu harus dikelola oleh tim SC (pengarah) & OC (pelaksana) yang benar-benar profesional. Prasyarat ini dapat dipercayakan kepada unsur pemuda/i Kota Pagaralam, yang sengaja dipersiapkan oleh Pemda melalui DIKLAT khusus yang berkolaborasi dengan pihak KONI-daerah. Dengan itu berarti membuka lapangan kerja bagi generasi muda Pagaralam..

Aneka giat wisata kategori PWT ini HARUS disanding dengan aneka pilihan Paket Wisata Spontan (PWS), karena pada setiap giat PWT di bulan tertentu sesuai jadwal, akan selalu ada unsur keluarga sang olah-ragawan dan tim penyerta yang menyertai. Mereka bisa dimotivasi untuk aktif “sambil

menyelam minum-air” yaitu ber-wisata dengan dalih MUMPUNG berada di Pagaram.

Bertolak dari potensi objek wisata yang begitu beragam dimiliki daerah ini, maka pihak Pemda-nya sangat dituntut agar kreatif dan inovatif menggali dan memanfaatkan peluang ekonomi di balik koridor keindahan & keunggulan kepariwisataan setempat. Program pariwisata daerah tidak hanya mengangkat 3-proses konvensional bagi warga setempat maupun daerah sekitar; khususnya berupa:

- 1) Membuka banyak kesempatan kerja.
- 2) Memicu tumbuh peluang bisnis.
- 3) Memacu kesibukan produktif menekan kerawanan sosial.

Bersamaan dengan proses produktif sector kepariwisataan itu ada peluang potensial yang seharusnya tidak dilewatkan begitu saja oleh pihak Pemda setempat, yakni sebagai emas untuk menambah sumber PAD (pendapatan Asli Daerah). Karena alasan tersebut terakhir ini, maka upaya

pengembangan kinerja sektoral yang langsung dan tidak langsung terkait program pariwisata sepatutnya dirancang dengan cermat; khususnya dalam rangka pembangunan jangka pendek yang harus bisa tuntas 3-tahun selain jangka menengah 5-tahun ke depan.

a) Program Jangka Pendek (RKPD dalam 3-Tahun ke Depan)

(1) Paket Wisata Mingguan, Bulanan & Tahunan demi Lapker & PAD

(2) Penyiapan Pramuwisata Handal & Komponen Penopang Lainnya

(3) Pembinaan Penyadaran Budaya & Adab Pelayanan Wisatawan

b) Program Jangka Menengah (RPJM-D 5-tahun)

(1) Penegasan Tata-ruang dan Siasat Penguatan Giat Pariwisata

(2) Prasarana & Renovasi-Revitalisasi Objek Wisata Andalan

(3) Peningkatan Promosi Wisata Nasional hingga Manca Negara

Demikian capaian minimal yang harus dicapai dalam 3-tahun ke depan atau telah dimulai di tahun 2024 (ABT) dan tuntas paling lambat pada tahun 2027. Jadi mulai tahun 2025 untuk Pagaralam seyogianya sudah ada sumber dan nilai PAD baru yang tercatat bernas positif. Kegiatan pariwisata sudah seyogianya merupakan pemacu kenaikan kesejahteraan rakyat Kota Pagaralam.

Jika capaian melebihi sasaran minimal tadi, tentu akan lebih baik lagi untuk kesejahteraan warga dan kemaslahatan Pagaralam. Hal ini sengaja ditekankan sejak Bab #1 “Pendahuluan” ini karena di zaman yang serba cepat berubah sekarang ini akan selalu ada banyak faktor yang akan merubah kondisi dan selera masyarakat. Padahal di sisi lain Pemda dan warganya harus bergerak cepat untuk lakukan transformasi ekonomi mengikuti perkembangan dan dinamika sosial kemasyarakatan.

Proses transformasi ekonomi akan selalu membutuhkan modal finansial, modal ipteks, dan modal sosial yang kondusif. Di sinilah arti penting PAD, yang tidak lain berstatus modal finansial dalam rangka menambah APBD dan juga modal pemancik investasi bisnis yang nantinya perlu di-inisiasi oleh BUMD yang ditugasi melancarkan proses transformasi perekonomian; sebelum selanjutnya disambut oleh pelaku bisnis swastawan.

Apalagi ciri perekonomian Kota Pagaralam amat terkait pada asset alami dan asset budaya sejarah, yang keduanya amat rapuh di tengah kenyataan adanya pertumbuhan penduduk maupun tambahan migran dari pulau Jawa. Pada saat yang sama juga Kota Pagaralam sedang mendapat perhatian dari pihak provinsi dan nasional terkait dengan konsep pembangunan yang dinilai baik dan lebih menjanjikan kemajuan dan kesejahteraan.

Jadi rancangan pembangunan sektor pariwisata ini memang harus disikapi dengan segala

kesungguhan oleh para pihak, agar tak-ada sesal kemudian. Istilahnya mumpung modal sumberdaya alami masih sangat besar dan dapat diandalkan karena belum dirusak oleh pelaku pembangunan yang tidak berwawasan lingkungan. Lagi pula mumpung daerah lain yang berpotensi sama dan jadi pesaing, tapi belum sempat jauh bergerak ambil peluang yang sejenis.

Dempo-Park Berpotensi Untuk DiKembangkan



BAB #2

ARTI PENTING SEKTOR PARIWISATA BAGI PEMBANGUNAN DAERAH DALAM PERSPEKTIF KOTA PAGARALAM

Dilihat dari sudut pandang kepentingan daerah pada umumnya, memang pembangunan sektor pariwisata yang berbasis keunikan dan keunggulan potensi alam otomatis akan punya 3-efek positif kegiatan mendasar sekaligus. Ketiga kegiatan mendasar itu konsisten terhadap: **1)** Arti penting jaga kelestarian alam; **2)** Arti penting kearifan-lokal warga setempat; **3)** Arti penting kemitraan UMK-USM-USB. Tiga hal ini cenderung terabaikan oleh kesibukan pembangunan sektoral non-pariwisata, apalagi bernilai investasi besar kecuali jika diingatkan.

Komitmen kuat suatu daerah terhadap 3-kegiatan mendasar itu tentu bisa jadi bahan promosi paket pariwisata, sehingga terjadi capaian berupa: **1)** Terbuka aneka kesempatan kerja bagi rakyat jelata; **2)** Terpacu aliran dana dari kota ke desa; **3)** Terjadi promosi

berbiaya murah untuk komoditi & produk khas daerah. Pada saat sama akan terpicu pula ketahanan ekonomi kerakyatan, keharmonisan lintas adat-budaya dan kesibukan produktif-kreatif-inovatif dunia bisnis daerahnya.

Kepadatan pelaku dan penopang acara kepariwisataan akan terus bertumbuh mewarnai perekonomian daerah, yaitu diantaranya: **1)** Peran pedagang asongan pasti meningkat khususnya di sekitar objek-wisata, terminal bus & angkot, di pinggiran jalan; **2)** Peran gerobak-jaja, lapak-tenda, dan resto-kafe; **3)** Peran ojek 'go-food'; penjaja-beroda 2-3-4; penyedia jasa kuliner. Para pelakunya tinggal perlu dibina dan diarahkan agar menjual bahan-komoditi-produk sehat, dan semua itu bisa bisa diperankan oleh orang biasa berpendidikan rendah dan tidak harus berijazah S1 atau bahkan sekedar Diploma saja.

Kesadaran terhadap potensi yang beraneka ragam itu sudah pula seharusnya membangkitkan tekad dan upaya SDM pada OPD terkait untuk tidak sekedar santai merebut peluang sukses memacu kenaikan

kesejahteraan rakyat dan kemajuan daerah. Rapat kerja (Raker) dan Rapat Koordinasi (Rakor), Rapat Evaluasi Kinerja (Revkin) di internal OPD terkait, serta lintas lembaga eksternal harus dipacu taktis.

A. Keunikan & Keunggulan Paket Wisata Pagaralam

Tabel Matriks #1 di bawah ini merupakan ringkasan dari 7-dimensi utama program wisata. Tabel tersebut meringkas tentang dimensi keunikan dan keunggulan potensi pariwisata yang bisa ditawarkan oleh Kota Pagaralam.

Tabel Matriks #1. Dimensi Keunikan dan Keunggulan Program Pembangunan Program Pariwisata Kota Pagaralam

Bina 7-Dimensi Utama di kantor, tapak OW, lapangan	Keunikan Pilihan Kunjungan/Hari	Keunggulan Layanan Paket Kunjungan
1. Prasarana Wisata:	1) Setiap objek-W & dilengkapi Pos Jaga dan regu pengaman-W & peramu-W berpakaian adat dihias keris, tanjak, dan kain ½ tiang.	Setiap tujuan-wst selalu dilengkapi: 1) Pramu wisata L&P; 2) Air mineral ARFA gratis; 3) Obat P3K; 4) Kendara jarak dekat.
2. Pangkalan Wisata:	2) Bersanding tapak-W hijau, siaga wi-fi, peragaan budaya Pasemah Beradab; panduan k-DARURAT	Standarisasi hotel bintang, melati, rumah-inap, termasuk resto & kafe, lapak & asongn
3. Program Wisata:	3) Jelas kategori-W, jelas paket-W, jelas tarif-W, jelas jadwal-W, jelas moda-W.	3-objek w-megalith per-paket; 3-acara w-budaya agamis/pkt; 2-sehat w-alami/pkt; 2-giat w-raga-rasa/pkt; plus AGROWISATA
4. Peramu Wisata:	4) Setiap pramu-W dilengkapi buku panduan-W, baju seragam-W, pakaian-Adat utk W berfoto.	Ada unsur Karang-Taruna, org Dewaan Adat, dan ada penyegaran PIKET perminggu, siang/malam
5. Penyantun Wisata:	5) Ada DAW (Dewan Adab Wisata) sbg pengarah, pemantau, penilai tiap 3-bln di kantor, dan SIDAK lapangan jelang rapat evaluasi kuartaalan.	Kerjasama DAW dan pihak IKABOGA, APJ-Boga untuk menggagas resep kuliner dan pengarahsajian & paket ole-oleh.
6. Pengaman Wisata:	6) Ada 1-regu POLPP-W (L & P) dan mobil patroli untuk tiap kecamatan,	Perlengkapan keselamatan di setiap OW-curug; OW-air panas; pemadam kebakaran & panduan.
7. Perekat Wisata:	7) Setiap W-pengunjung harus ditarget terkesan hingga memotivasi pengunjung baru dari tempat asalnya: Warga Kehormatan K-Pagaralam.	Ada rekam-jejak asal wisawatan berbasis digital, sehingga ada kesempatan kontak via sarana media sosial demi promosi-W

Tabel Matriks #2 dalam sub-Bab ini perlu diterangkan 1-segi keunikan baru yang perlu dijadikan ciri khas program kepariwisataan Pagaralam, terutama yang erat kaitannya dengan dimensi pangkalan wisata. Pada dimensi mukim wisatawan di Kota Pagaralam ada yang sangat terkait dengan ketetapan Perda #3 Tahun 2007 tentang Tata-ruang Kota Pagaralam. Dalam Perda ini ditetapkan satu zona pengembangan pertanian agribisnis, karena letak kedudukannya di sisi kiri-kanan jalan utama menuju zona pariwisata Gunung Dempo. Fakta lapangan di zona budidaya tersebut pada saat ini menampakkan banyak pelanggaran terhadap ketentuan Perda tadi kini banyak terjadi.

Bentuk pelanggaran dimaksud diperankan oleh para pihak yang jadi pemilik persil-persil lahan di sana; yang faktanya semakin terpicu membangun sarana mukim atau pangkalan wisata, alias bukan giat usaha pertanian agribisnis sebagaimana ketentuan.

B. Sasaran Program PWT Sepanjang Tahun

Berkenaan dengan hal tersebut, setiap unsur SDM pelaksana Tupoksi tiap OPD harus terbangun kesadaran dan motivasinya. Tentang tanggung jawab membuktikan hasil dan prestasi kerja yang terkait dengan program kepariwisataan sudah seharusnya tiap SDM menyadari dan berupaya keras merealisasikan manfaat berikut ini.

A. Bagi Daerah (Kabupaten & Kota) Umumnya Berupa

'3-LP'

1. Sebagai **LAPAK PEMASARAN JASA** layanan kepariwisataan kepada pengunjung objek wisata oleh warga setempat tanpa ijazah Pendidikan Tinggi.
2. Sebagai **LINTASAN PEREDARAN UANG**, melalui program pariwisata uang bisa meng-alir dari pusat hiruk-pikuk perkotaan ke arah perdesaan.
3. Sebagai **LOKALITAS PEMBINAAN OBJEK** pembangunan ekonomi kerakyatan formal

maupun informal tentu mudah tersebar pada rakyat jelata.

B. Bagi “Kota Pagaralam” Khususnya Berkarakter ‘**3-SP**’

(1) Sebagai **SASARAN POTENSIAL** untuk peningkatan PAD yang masih rendah, barulah Rp750juta, berdasarkan data tahun 2022.

(2) Sebagai **SARANA-PRASARANA** kerja-sama mengangkat potensi alam & budaya asli Pagaralam berwawasan lingkungan.

(3) Sebagai **STRUKTUR PENGUATAN** pasar komoditi primer agribisnis & aneka produk agroindustri skala mikro rumahan & UKM.

Tabel #2. Daftar PWT (Program Wisata Terjadwal) Tentatip

No	Nama Kegiatan PWT	Tentatip Bulan Acara PWT, 2025
1	Wisata Olah-rasa Diklat Manajemen	Januari
2	<i>Wisata Olah-raga Arung Jeram</i>	<i>Februari</i>

3	Wisata Olah-raga Off-roader	<i>Maret</i>
4	Wisata Olah-raga Motor-cross	<i>April</i>
5	Wisata Olah-raga Panjat Tebing	<i>Mei</i>
6	Wisata Olah-nafas & Sehat- jiwa	<i>Juni</i>
7	Wisata Olah-raga Terbang Layang	<i>July</i>
8	Wisata Olah-raga Track- camping	<i>Agustus</i>
9	Wisata Olah-acara Seminar Nasional	<i>September</i>
10	Wisata Olah-acara Semi- Lokakarya	Oktober
11	Wisata Olah-acara Rakerda Pariwisata-SS	November
12	Wisata Olah-rasa Tutup-tahun	Desember

Aneka Resto-Cafe Sudah Hadir Di Banyak Titik



BAB 3

KEKUATAN SEKTOR PARIWISATA DAERAH & DAYA TARIK KUNJUNGAN KE KOTA PAGARALAM

Berbicara tentang pembangunan dan pengembangan potensi & bisnis kepariwisataan suatu daerah tentunya bertujuan mendatangkan sebanyak mungkin kunjungan wisatawan. Dari itu ada dimensi 7P dijadikan sasaran kajian lapangan, yaitu **(1)** Prasarana layanan prima-W; **(2)** Paket-W layak ditawarkan; **(3)** Peramu wisata cekatan; **(4)** Pangkalan wisata (hotel Bintang dan Melati) juga 'home-stay' (bedeng) yang memadai; **(5)** Pengaman-W khususnya dari ancaman bencana alam, bencana kebakaran, begal-maling, sakit dan pelanggaran aturan; **(6)** Penyantun-W yang sepatutnya mewaspadaikan, menjawab dan menaklukkan tiap tantangan; dan **(7)** Perekat-W yaitu hubungan dan kunjungan yang berkesan sehingga melahirkan ikatan batin antar sesama wisatawan, antar pihak wisatawan dan Objek Wisata selaku tuan rumah, serta antar lembaga layanan-W dan para wisatawan.

Kelengkapan strategi dan siasat menata dan menaikkan daya-tarik program wisata lewat paket-wisata,serta kekhasan objek-wisata bagi calon wisatawan sasaran promosi wisata itu sangat penting diberi perhatian lebih banyak. Barulah setelah 2-hal itu ditangani dengan baik maka upaya menyusun paket wisata berbasis keunikan dan keunggulan Objek Wisata Daerah (OWD) harus dipastikan tersedia dengan baik. Hal ini penting sebelum kemudian perangkat pelaksana yang professional (OC) paket wisata terjadwal (PWT) mulai bergerak menyelenggarakan rangkaian kegiatan nyata sejak H-30 hingga H+7.

Sekali lagi digaris-bawahi di sini bahwa Lembaga penyelenggara tidak selayaknya OPD-sektoral yang cenderung kurang professional, dan hanya beprinsip sukseskan paket-W lewat kerja SAMBILAN. Pola sambilan demikian amat rawan penyimpangan dari apa yang seharusnya dicapai. Adapun isyarat profesionalisme pun tidak bisa serta-merta dihadirkan untuk disambut oleh Lembaga bisnis dan SDM lokal,

tapi memang harus ditata dan dibina secara terencana melalui proses yang sistemik dan melibatkan pihak ahli.

A. Prasyarat Keunggulan Layanan Pariwisata:

1. Prasarana Wisata Harus Baik & Inspiratif

- a) Setiap objek-W & dilengkapi Pos Jaga dan regu pengaman-W & peramu-W berpakaian adat dihias keris, tanjak, dan kain ½ tiang.
- b) Setiap tujuan wisata selalu dilengkapi: 1) Pramuwisata L&P; 2) Air mineral ARFA gratis; 3) Obat P3K; 4) Kendaraan jarak dekat.

2. Pangkalan Wisata Harus Lengkap & Kondusif

- a) Bersanding tapak-W hijau, siaga wi-fi, peragaan budaya Pasemah Beradab; panduan k-DARURAT
- b) Standarisasi hotel bintang, melati, rumah-inap, termasuk resto & kafe, lapak-niaga asongan

3. Program Wisata Harus Lengkap & Proaktif

- a) Jelas kategori-W, jelas paket-W, jelas tarif-W, jelas jadwal-W, jelas moda transportasi-Wisata.
- b) 3-objek w-megalith per-paket; 3-acara w-budaya agamis/pkt; 2-sehat w-alami/pkt; 2-giat w-raga-rasa/paket; plus AGROWISATA

4. Peramu Wisata Harus Cekatan & Tertib

- a) Setiap pramu-W dilengkapi buku panduan-W, baju seragam-W, pakaian-Adat utk W berfoto.
- b) Ada unsur Karang-Taruna, org Dewaan Adat, dan ada penyegaran PIKET perminggu, siang/malam

5. Penyantun Wisata Harus Cakap & Kreatip

- a) Ada DAW (Dewan Adat Wisata) sbg pengarah, pemantau, penilai tiap 3-bln di kantor, dan SIDAK lapangan jelang rapat evaluasi kuartalan.
- b) Kerjasama DAW dan pihak IKABOGA, APJ-Boga untuk menggagas resep kuliner dan pengarahan sajian khas & juga paket ole-oleh

6. Pengaman Wisata Harus Waspada & Antisipatif

- a) Ada 1-regu POLPP-W (lelaki & wanita) dan 1-mobil patrol serbaguna untuk setiap kecamatan
- b) Perlengkapan keselamatan di setiap OW-curug; OW-air panas; pemadam kebakaran & panduan.

7. Perekat Wisata Harus Bijaksana & Inovatif

- a) Setiap W-pengunjung harus ditarget terkesan guna memotivasi para wisatawan baru yang se-asal: Warga Kehormatan Kota Pagaralam.
- b) Ada rekam-jejak asal wisatawan berbasis digital, sehingga akan ada kesempatan kontak via sarana media sosial demi promosi-Wisata.

B. Penopang Keunikan Paket Wisata

Hal yang unik tentang isi paket wisata berarti tidak ada duplikasi-nya di tempat lain atau bahkan di negeri tetangga sekalipun. Tentang keberadaan hal-hal unik yang dapat ditawarkan lewat promosi wisata dalam bentuk kemasan paket wisata. Dalam wilayah Kota Pagaralam kiranya terdapat sekitar 5-jenis sasaran bidik yang diyakini tampak khas di mata para calon wisatawan maupun yang sedang ber-kunjung. Kelima jenis sasaran khas dimaksud diuraikan ringkas berikut in

1. Kekhasan Adat Budaya Pasemah

2. Kekhasan Aset Zaman Pra-sejarah

3. Kekhasan SDA-Hayati Perbukitan

4. Kekhasan SDA-Herbal Pengobatan

5. Kekhasan SDA-Geofisik Pembangunan

Objek Wisata Keluarga



BAB #4

PAKET & JADWAL ACARA KUNJUNGAN PARIWISATA

Hakikat instrumen pendulang jumlah wisatawan dan jumlah nilai belanja wisata para pengunjung itu tentu amat tergantung pada pasal program & jadwal paket acara pariwisata yang bakal diadakan dari bulan ke bulan sepanjang tahunnya. Dalam istilah olah-raga per-mancingan, sebutan “pasal & jadwal” itu ibarat umpan yang harus dipakai untuk menggoda ikan merespon pancing. Tentu pula dari 3-kategori calon pengunjung objek wisata yang ditawarkan sebagai PWT (paket wisata terjadwal) dan PWS (paket wisata spontan), ada **Wisman** (wisatawan mancanegara) juga **Wisnu** (wisatawan nusantara) yang ter-bilang potensial merespon PWT.

Terhadap potensi kunjungan Wisman dan Wisnu amat diperlukan upaya promosi secara bernas, dan karena itu bisa dikaitkan dengan acara PWT, sehingga ada periode waktu promosi khusus. Sedangkan yang kategori **Wislok** (wisatawan lokal) akan lebih banyak

terjaring oleh kategori PWS tanpa perlu promosi. Mereka: **(1)** Penduduk asli yang kedatangan sanak saudara dari jauh; **(2)** Penduduk ASN asal daerah lain menetap di Pagaram; **(3)** Penduduk lain sebagai pekerja yang sedang bertugas dan menetap agak lama di Pagaram.

Dari pengamatan lapangan, 3-kategori wislok itu lebih tertarik untuk melihat dan mengabadikan kesan kunjungan dengan cara berfoto dan makan bersama sekeluarga di resto-kafe ataupun di tempat terbuka di objek wisata dengan makanan IBAT (bekal dibawa dari rumah). Ini menjadi alasan bagi orang wislok untuk membuat kunjungan ke objek wisata sewaktu-waktu kapan, seolah spontan terjadi mumpung ada unsur keluarga di rantau sedang hadir di Kota Pagaram.

Para wislok tentu terus bertambah jumlahnya sejalan laju tumbuh kegiatan bisnis di lingkup Pagaram dan wilayah sekitar yang terdekat, semisal desa-desa di perbatasan Kabupaten Lahat. Kenyataan demikian ini tampak tergambar dari perkembangan fisik yang terjadi di suatu objek wisata air churug (air terjun

bertangga) seperti yang bisa dilihat pada “Green Paradise” di pinggiran kota. Tentu saja wisatawan yang terkait dengan suatu acara PWT bisa pula hadir di suatu lokasi PWS.

A. Wisata Berbasis Paket dan Jadwal PWT

Sudah lumrah bagi para pengunjung suatu daerah untuk menggunakan waktu yang tersisa. Di luar kesibukan yang terjadwal dalam acara kunjungan resmi (apapun temanya), jika masih ada sisa waktu sebelum ke Bandara untuk balik ke negeri asal (ataupun daerah asal) mereka cenderung suka untuk memilih suatu paket kunjungan wisata tambahan. Selain untuk mengisi kebosanan menunggu waktu, juga biasanya untuk ambil kesempatan mencari oleh-ole sambil tambahi foto-foto kenangan.

Di situlah arti penting paket wisata, yang oleh sebab itu dapat diatur isi paketnya berupa kombinasi 3-sasaran kunjung yaitu: **(1)** Kombinasi objek wisata beda tapi berdekatan; **(2)** Kombinasi objek wisata dan toko oleh-ole; **(3)** Kombinasi objek wisata beda tapi 1-rute serangkaian menuju bandara.

Tabel Matriks #2: Dimensi Utama Paket Wisata

Paket Sasaran Knjung	Total Waktu Kunjungan		
	Maksimum 2-jam	Maksimum 4-jam	Maksimum 6-jam
<i>Kombinasi #(1)</i>			
<i>Kombinasi #(2)</i>			
<i>Kombinasi #(3)</i>			

Tabel Matriks #3: Dimensi Alternatif-1 Paket Wisata

Paket Sasaran Kunjung	Total Waktu Kunjungan		
	Maksimum 2-jam	Maksimum 4-jam	Maksimum 6-jam
<i>Kombinasi #(1)</i>			
<i>Kombinasi #(2)</i>			
<i>Kombinasi #(3)</i>			

**Tabel Matriks #4: Dimensi Alternatif-2 Paket
Wisata**

Paket Sasaran Kunjung	Total Waktu Kunjungan		
	Maksimum 2-jam	Maksimum 4-jam	Maksimum 6-jam
<i>Kombinasi #(1)</i>			
<i>Kombinasi #(2)</i>			
<i>Kombinasi #(3)</i>			

B. Wisatawan dan Pemukiman Rumahan

1. Jenis Pertanian, usahatani-KCT & Satuan

Agribisnis :

A. Komoditi Pertanian Tahunan

- (1) Kopi
- (2) Teh
- (3) Karet

B. Komoditi Pertanian Holtikultura Buah

- (1) Jeruk Gergah
- (2) Salak
- (3) Alpukat

C. Komoditi Pertanian Sayur-Mayur

- (1) Kubis
- (2) Sawi
- (3) Bawang

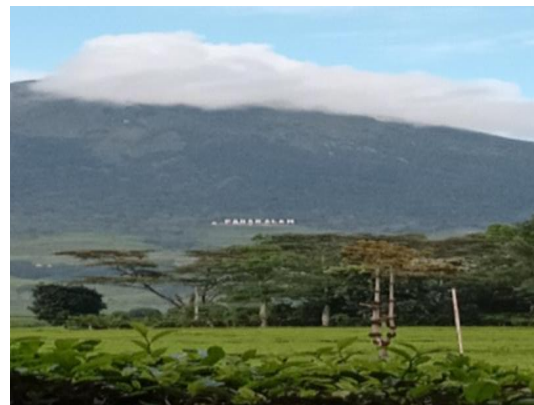
D. Komoditi Perternakan

- (1) Burung endemik tangkaran
- (2) Ayam Hutan Beruge
- (3) Burung Kuwau

E. Komoditi Perikanan

- (1) Ikan Semah Indukan
- (2) Ikan Semah Cengkak & Ipon
- (3) Ikan Air Tawar Khas Lematang

Penunjang Kunjungan Wisatawan



BAB #5

Prakira Capaian Kepariwisata Pagaralam

A. Sasaran Kerjasama Pembinaan Lintas-OPD Layan

Wisata

No	Jenis Pertanaman (untuk selfi & beli di tempat,)	Sasaran Kunjung Wisata (Pilih 1 /jenis)	
		Usahatani-KCT	Satuan Agribisnis
1	Komoditi Pertanaman Tahunan (1) Kopi (2) Teh (3) Karet		
2	Komoditi Pertanaman Hortikultura Buah: (1) Jeruk Gergah (2) Salak (3) Alvokado		
3	Komoditi Pertanaman Sayur-mayur (1) Kubis (2) Sawi (3) Bawang		
4	Komoditi Peternakan (1) Burung endemik tangkaran (2) Ayam Hutan Beruge (3) Burng Kuwau		
5	Komoditi Perikanan (1) Ikan Semah Indukan (2) ikan Semah Cengkak & Ipon (3) Ikan Air Tawar Khas Lematang		

B. Rincian Program Jangka Pendek untuk RKP

- Program Jangka Pendek (APBD 3-Tahun)

- (1) Prasarana & Ole-oleh Wisata

- (2) Paket Wisata Bulanan & Tahunan

- (3) Penyiapan Pramuwisata

- Program Jangka Menengah (APBD 5-tahun)

- (1) Penyempurnaan Paket Wisata

- (2) Peningkatan Promosi Wisata

- (3) Pembinaan Penyadaran Wisata

GEJALA TRANSFORMASI BANGUNAN RUMAH JADI HOME-STAY



BAB #6

TARGET WISATA DIPROGRAMKAN PEMDA TAPI DIPERANKAN SEPENUNYA OLEH WARGA

A. Target Kegiatan Usaha Kerakyatan Terencana Langsung

- Aktivitas Keramaian Perhariannya 52-minggu
 - (1) Target wisatawan anak-sekolah
 - (2) Target wisatawan muda-mudi
- Aktivitas Khusus Pertama-bulanan; 12-even.
 - (1) Even 5-jenis kompetisi olah-raga
 - (2) Even 3-jenis wisata-alami & 4-jenis w-budaya
- Aktivitas Kemitraan Perusahaan Kepariwisataannya
 - (1) Perhotelan & rumah-inap tradisional
 - (2) Pelayanan restoran dan lapak-lapak kuliner
- Aktivitas Kultural Perlu Penyempurnaan

(1) Budaya agamis Idul Qurban

(2) Budaya lintas agama & ziarah megalithikum

•Aktivitas Kepastian Perolehan Positif PAD

kepariwisataan

(1) Sumber PPN dan %-tase alokasi untuk program wisata

(2) Sumber perolehan bagi-hasil usaha-wisata

B. Target Kegiatan Usaha Kerakyatan Tak-Langsung

Pada bagian ini dibahas segi “multiflier effect” ekonomi kepariwisataan yang harus diantisipasi, jangansampai hal berikut terjadi:

1. Terlepas potensi PAD nya

2. Terjadi dampak negatip yang merugikan

3. Tanpa disadari menimbulkan kesan negatip wisatawan

4. Tidak disiapkan pasa-penopang & pembinaannya

5. Terlanjur tergerus oleh kealpaan aparat



BAB #7

KESIMPULAN DAN SARAN KEBIJAKAN

Dapatlah kini disimpulkan beberapa temuan awal sebagai berikut:

- 1) Benar bahwa warga dan wilayah Kota Pagaralam memiliki ankea ragam potensi wisata alami-budaya-binaan yang sangat potensial untuk diangkat jadi sarana kemajuan perekonomian & PAD daerah ini.
- 2) Berdasarkan pengamatan lapangan kiranya masih diperlukan upaya sungguh-sungguh mengangkat potensi kepariwisataan di Pagaralam, tidak terkecuali melalui kegiatan pembangunan & pengembangan 7-dimensi utama pariwisata.
- 3) Berkenaan dengan itu maka para-pihak harus mempersiapkan peran kelembagaan Pemda, Swasta, serta Adat-budaya agar sasaran pengembangan layanan wisata jadi terjamin menarik serta memuaskan Wisnu-Wisman-Wislok.

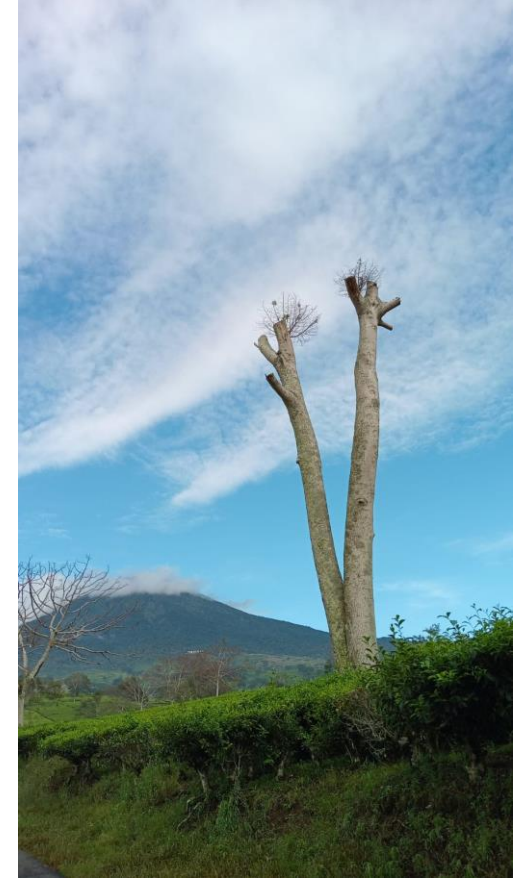
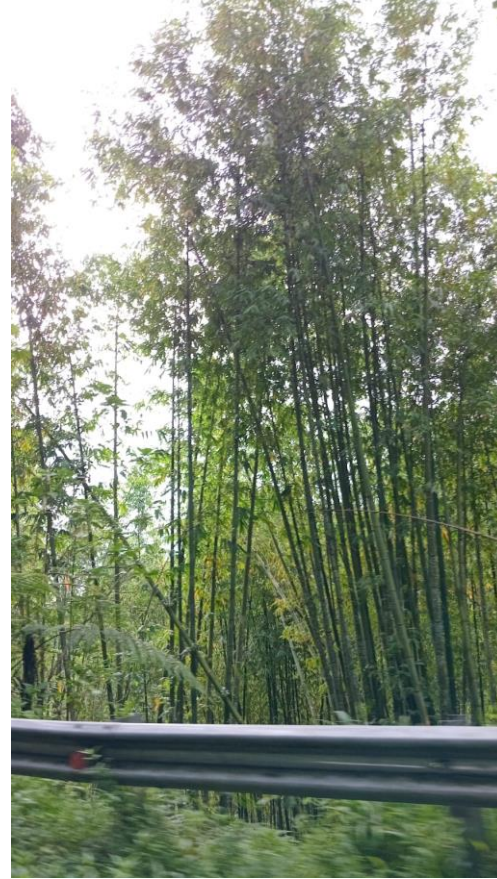


LAMPIRAN

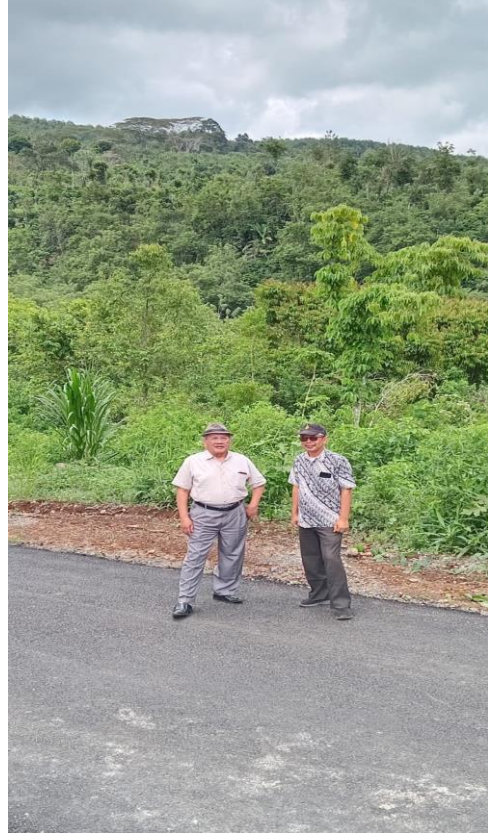
















2023/11/26 15:46



2023/11/26 09:34



2023/11/26 09:37



2023/11/26 09:36





