

ANALISIS POTENSI DAN PRIORITAS PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA MEDAN

Puput gloria zega¹ , Theresia Asmirandah² , Deswita Syahputri³ ,
Will Bright Naibaho,⁴ Sahala Fransiskus Marbun,⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan , Indonesia

Email : gloriapuput603@gmail.com , theresiaasmiranda@gmail.com deswita47@gmail.com , willbrightnbh@gmail.com , sahala@unimed.ac.id

Abstract

This study aims to analyse the potential of tourist destinations, tourist perceptions, and tourism development priorities in the city of Medan. Four main destinations, namely Maimun Palace, Al-Mashun Grand Mosque, Tjong A Fie Mansion, and Rahmat International Wildlife Museum & Gallery, were the focus of the study given their strategic role as icons of urban tourism based on history, religion, and education. The research method used was a descriptive qualitative approach through field observations, in-depth interviews, and documentation studies. The results of the study show a significant increase in the number of tourist visits in 2024. The social, cultural, and economic potential of the four destinations has been proven to support the sustainable development of the tourism industry. Tourists' perceptions of the quality of the destinations tend to be positive, although several weaknesses were found, particularly in terms of service, cleanliness, vendor management, and professionalism in management. The study concludes that tourism development in Medan requires an integrative strategy involving infrastructure improvements, strengthened digital promotion, community empowerment, and multi-stakeholder collaboration to create highly competitive destinations.

Keywords: tourism, tourism potential, tourist perceptions, destination development, Medan City.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi destinasi wisata, persepsi wisatawan, serta prioritas pengembangan pariwisata di Kota Medan. Empat destinasi utama, yaitu Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, Tjong A Fie Mansion, dan Rahmat International Wildlife Museum & Gallery dijadikan fokus kajian mengingat peran strategisnya sebagai ikon pariwisata perkotaan berbasis sejarah, religi, dan edukasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan pada tahun 2024. Potensi sosial, budaya, dan ekonomi pada keempat destinasi terbukti mendukung pengembangan industri pariwisata secara berkelanjutan. Persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi cenderung positif, meskipun masih ditemukan beberapa kelemahan, terutama pada aspek pelayanan, kebersihan, penataan pedagang, serta profesionalitas pengelolaan. Penelitian menyimpulkan bahwa pengembangan pariwisata di Kota Medan memerlukan strategi integratif yang melibatkan peningkatan infrastruktur, penguatan promosi digital, pemberdayaan masyarakat, serta kolaborasi multipihak guna mewujudkan destinasi berdaya saing tinggi.

Kata Kunci: pariwisata, potensi wisata, persepsi wisatawan, pengembangan destinasi, Kota Medan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah, baik dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan. Kota Medan sebagai pusat pertumbuhan utama di wilayah Sumatra Utara memiliki karakteristik multietnis, sejarah panjang Kesultanan Melayu Deli, serta perkembangan budaya perkotaan yang menjadikannya sebagai ruang potensial bagi pengembangan pariwisata berbasis heritage, religi, dan edukasi. Keberadaan destinasi seperti Istana Maimun dan Tjong A Fie Mansion menunjukkan nilai historis yang kuat, sedangkan Masjid Raya Al-Mashun merepresentasikan identitas religi dan budaya Melayu-Islam. Sementara itu, Rahmat Gallery hadir sebagai destinasi edukatif modern. Kombinasi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Kota Medan sebagai kota tujuan wisata yang mampu menjangkau beragam segmen wisatawan.

Namun, berbagai tantangan masih menghambat optimalisasi pariwisata, seperti keterbatasan penataan kawasan wisata, minimnya promosi digital yang terstruktur, ketidakteraturan pedagang di beberapa lokasi, serta kurang optimalnya aspek pelayanan. Hal ini menunjukkan perlunya kajian empiris mengenai potensi wisata dan persepsi wisatawan sebagai dasar bagi perencanaan pengembangan destinasi. Penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai potensi dan prioritas pengembangan pariwisata Kota Medan, dengan tujuan menyajikan rekomendasi berbasis data yang dapat digunakan oleh pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pembangunan sektor pariwisata yang efektif, inklusif, dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena mampu memberikan pemahaman mendalam terkait kondisi aktual destinasi wisata, perspektif pengunjung, serta dinamika sosial-budaya yang mengiringinya. Lokasi penelitian mencakup empat destinasi wisata utama di Kota Medan, yaitu Istana Maimun sebagai destinasi sejarah Kesultanan Deli, Masjid Raya Al-Mashun sebagai destinasi religi, Tjong A Fie Mansion sebagai destinasi heritage multikultural, serta Rahmat Gallery sebagai destinasi edukasi konservasi fauna.

Sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan relevansi pengetahuan terhadap topik penelitian. Informan terdiri dari wisatawan, pedagang dan pelaku UMKM, pengelola destinasi, serta perwakilan dari Dinas Pariwisata Kota Medan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung untuk menilai kondisi fisik dan aktivitas wisata, wawancara semi terstruktur untuk menggali pandangan mendalam, serta dokumentasi berupa data resmi, foto, ulasan digital, dan literatur pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tren Kunjungan Wisatawan Tahun 2024

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke empat destinasi utama di Kota Medan pada tahun 2024 menunjukkan bahwa sektor pariwisata mengalami perkembangan yang positif. Secara keseluruhan, data kunjungan memperlihatkan bahwa Istana Maimun menjadi destinasi yang paling diminati wisatawan dengan total mencapai 763.100 pengunjung. Masjid Raya Al-Mashun berada pada posisi kedua dengan jumlah kunjungan 648.000 wisatawan, diikuti Tjong A Fie Mansion dengan 486.200 pengunjung, dan Rahmat Gallery dengan 398.000 pengunjung. Lonjakan ini menandakan bahwa pariwisata Kota Medan memiliki daya tarik kuat, terutama pada destinasi bersejarah, religi, dan edukasi yang menjadi ciri khas kota ini.

Tren peningkatan kunjungan tersebut tidak terlepas dari berbagai strategi promosi dan perbaikan infrastruktur yang dilakukan pemerintah dan pihak pengelola wisata. Pemanfaatan media sosial dan konten kreatif terbukti menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, penyelenggaraan event budaya seperti festival kesultanan, pawai budaya Melayu, serta program wisata edukatif turut memberikan dampak positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Aksesibilitas transportasi yang semakin baik melalui peningkatan jaringan jalan, penataan parkir, dan fasilitas pendukung lainnya memperkuat kemudahan wisatawan untuk mengunjungi berbagai lokasi.

Fenomena meningkatnya minat wisatawan juga dapat dikaitkan dengan adanya pergeseran pola wisata pascapandemi, di mana masyarakat lebih memilih destinasi yang memiliki nilai edukatif, sejarah, dan ruang yang dapat memberikan pengalaman berbeda. Dengan demikian, empat destinasi utama Kota Medan mampu memanfaatkan momentum tersebut dan menjadi pilihan yang relevan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Temuan ini menguatkan bahwa sektor pariwisata Kota Medan memiliki peluang besar untuk terus berkembang apabila strategi promosi dan pengelolaan destinasi dilakukan secara berkelanjutan dan profesional.

2. Analisis Potensi Destinasi Wisata

Potensi sosial pada empat destinasi wisata di Kota Medan terlihat dari interaksi masyarakat yang terjadi di dalam dan sekitar kawasan wisata. Kehadiran masyarakat multietnis seperti Melayu, Batak, Tionghoa, India, dan Jawa menciptakan dinamika sosial yang kaya dan mencerminkan identitas Kota Medan sebagai kota budaya. Pada Istana Maimun, kegiatan masyarakat seperti penyewaan pakaian adat Melayu, pemandu wisata lokal, serta transaksi kuliner tradisional membantu menjaga keberlanjutan budaya dan meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal. Masjid Raya Al-Mashun, selain menjadi tempat ibadah, juga menjadi ruang pembelajaran keagamaan yang memperkuat ikatan sosial antarumat Muslim dan memperluas interaksi antara pengunjung lokal dan wisatawan.

Potensi budaya sangat dominan pada keempat destinasi ini. Istana Maimun merepresentasikan warisan Kesultanan Deli melalui arsitektur berornamen khas Melayu yang dipadukan dengan sentuhan India dan Eropa. Masjid Raya memperlihatkan keindahan arsitektur Islam yang menjadi pusat spiritual masyarakat Medan sejak masa kolonial. Tjong A Fie Mansion, yang dibangun oleh tokoh Tionghoa berpengaruh, menjadi bukti harmonisasi budaya Tionghoa dengan budaya lokal serta menggambarkan sejarah perkembangan ekonomi dan sosial Kota Medan. Rahmat Gallery memiliki potensi budaya edukatif yang kuat melalui koleksi satwa yang dihadirkan dalam bentuk konservasi, memberikan pengalaman belajar bagi pengunjung dari berbagai kalangan.

Potensi ekonomi juga sangat signifikan dalam mendorong perkembangan pariwisata Kota Medan. Aktivitas ekonomi yang terjadi di sekitar destinasi melibatkan pelaku UMKM seperti pedagang makanan, toko suvenir, jasa fotografi, pemandu wisata, hingga penjual kerajinan tangan khas daerah. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Kota Medan mencapai Rp 1,8 triliun pada tahun 2024, menunjukkan bahwa sektor ini menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi daerah. Selain itu, multiplier effect yang dihasilkan melalui aktivitas wisata menciptakan peluang kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat daya saing ekonomi lokal. Dengan demikian, pengembangan potensi destinasi wisata Kota Medan tidak hanya berdampak pada aspek budaya, tetapi juga memberikan nilai tambah secara sosial dan ekonomi.

3. Persepsi Wisatawan

Persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi wisata di Kota Medan pada umumnya menunjukkan penilaian positif, terutama dalam hal nilai sejarah, keindahan arsitektur, dan pengalaman edukatif. Wisatawan yang berkunjung ke Istana Maimun memberikan apresiasi terhadap kemegahan interior dan nilai sejarah bangunan tersebut. Namun demikian, beberapa catatan mengenai penataan pedagang dan kebersihan interior masih menjadi perhatian. Masjid Raya Al-Mashun mendapatkan penilaian baik dalam hal kebersihan, kenyamanan ibadah, dan suasana spiritual, meskipun wisatawan menilai bahwa sistem penitipan alas kaki dan pengelolaan parkir perlu ditingkatkan agar menciptakan pengalaman wisata yang lebih tertib.

Pada Tjong A Fie Mansion, wisatawan memberikan penilaian positif terhadap keaslian bangunan dan kualitas penyajian informasi sejarah yang dianggap sangat lengkap. Bangunan bersejarah ini memberikan pengalaman eksplorasi budaya Tionghoa yang kental dan menarik bagi pengunjung. Meski demikian, beberapa wisatawan menyoroti sikap petugas yang dianggap kurang ramah dan fasilitas parkir yang terbatas. Sementara itu, Rahmat Gallery dinilai sebagai destinasi edukatif yang sangat menarik dengan koleksi satwa yang beragam dan ruang pamer yang tertata rapi. Wisatawan menyarankan adanya penambahan fasilitas teknologi digital seperti layar interaktif untuk memperkaya pemahaman tentang koleksi satwa.

Secara keseluruhan, persepsi wisatawan menunjukkan bahwa Kota Medan memiliki destinasi yang mampu memberikan pengalaman beragam, mulai dari sejarah, religi, hingga edukasi. Namun, peningkatan terhadap aspek pelayanan, fasilitas, dan profesionalitas pengelolaan masih sangat diperlukan untuk memperkuat daya tarik destinasi. Temuan ini menegaskan pentingnya komitmen pemerintah dan pengelola destinasi untuk memperbaiki layanan wisata, meningkatkan kenyamanan, dan memperkuat strategi promosi agar daya tarik Kota Medan semakin meningkat dan mampu bersaing dengan kota-kota wisata lainnya di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata Kota Medan memiliki prospek yang sangat kuat berdasarkan analisis terhadap jumlah kunjungan wisatawan, potensi sosial–budaya–ekonomi, serta persepsi wisatawan terhadap empat destinasi utama, yaitu Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, Tjong A Fie Mansion, dan Rahmat International Wildlife Museum & Gallery. Keempat destinasi tersebut terbukti memiliki daya tarik yang tinggi dengan peningkatan jumlah pengunjung secara signifikan pada tahun 2024, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan promosi dan perluasan aksesibilitas, tetapi juga mempertegas posisi Kota Medan sebagai kota tujuan wisata berbasis sejarah, religi, dan edukasi.

Dalam aspek potensi, penelitian ini menemukan bahwa potensi sosial terbentuk dari interaksi masyarakat multietnis yang memperkaya dinamika kawasan wisata, sementara potensi budaya muncul dari keunikan sejarah, arsitektur, dan nilai-nilai identitas yang dimiliki masing-masing destinasi. Potensi ekonomi terlihat jelas melalui keterlibatan pelaku UMKM, pemandu wisata, pedagang suvenir, dan berbagai aktivitas ekonomi lokal yang memperkuat kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Kota Medan. Secara keseluruhan, ketiga potensi tersebut memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan memiliki dampak ekonomi jangka panjang bagi masyarakat.

Persepsi wisatawan secara umum positif, terutama terhadap aspek pengalaman edukatif, keindahan arsitektur, dan nilai sejarah destinasi. Namun demikian, beberapa masalah seperti kualitas pelayanan, penataan pedagang, fasilitas pendukung, disiplin pengunjung, dan sistem pengelolaan kawasan masih membutuhkan perhatian serius. Peningkatan kualitas pelayanan dan profesionalitas pengelola destinasi juga menjadi aspek penting untuk memperkuat daya saing wisata Kota Medan, terutama di tengah persaingan industri pariwisata nasional yang semakin kompetitif.

Berdasarkan temuan penelitian ini, diperlukan strategi pengembangan yang bersifat integratif dan kolaboratif, mencakup peningkatan infrastruktur, penguatan promosi digital, pelestarian budaya lokal, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan kualitas pelayanan

wisata. Selain itu, keterlibatan multipihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan pengelola destinasi, sangat penting dalam mewujudkan pengembangan pariwisata yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan. Dengan implementasi kebijakan dan strategi yang tepat, Kota Medan berpotensi menjadi salah satu pusat pariwisata unggulan di Sumatra dan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2022). Local Tourists' Assessment of the Elements of Tourism Development in Medan. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 91-101. <https://doi.org/10.17509/jithor.v5i1.42498>.
- Amin, S. (2022). Modul Geografi Regional. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Manurung, F. O., & Rismawati. (2024). Pengaruh Citra Wisata Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Istana Maimun Di Kota Medan. *Community Development Journal*, 5(6), 12068-12076.
- SastroAtmodjo, S., Hakim, J., Ramadhani, M., Yuliana, N., Maulana, U., Kutoyo, M. S., Gunawan, Y., & Trisnawati, M. (2024). Geografi Pariwisata - Indonesia. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Girsang, D., & Nabila, R. (2020). Potensi dan pengembangan Museum Uang Sumatera sebagai objek dan daya tarik wisata sejarah di Kota Medan. *Jurnal Akomodasi Agung*, VII(1), April 2020. ISSN 2503-2119.
- Masatip, A., Anggreani, C., & Silalahi, R. H. (2022). Analysis of development potential tourism object The Toba Caldera Nomadic Escape in Toba Regency. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 10(1), Januari-Juni 2022. <https://doi.org/10.36983/japm.v10i1.187>.
- Ismowati, M., Rizon, D. P., Saputra, A. S., Azizah, H. N. R., Bilqis, H., & Bakri, M. S. A. (2023). Partisipasi masyarakat dalam upaya memaksimalkan potensi ekonomi dan pariwisata kawasan super prioritas nasional (KSPN) Labuan Bajo di Kabupaten Manggarai Barat. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional, Jakarta.
- Bahri, A. S., & Abdillah, F. (2023). Potensi sumber daya manusia bidang pariwisata di kawasan strategis pariwisata nasional Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. Program Studi Bisnis Perhotelan, Universitas Agung Podomoro, Jakarta, Indonesia.
- Liestiandre, H. K., Mertha, I. W., & Dianasari, D. A. M. L. (2025). Manajemen destinasi pariwisata: Strategi, tantangan, dan peluang. (Cetakan pertama).
- Isdarmanto. (2016). Dasar-dasar kepariwisataan dan pengelolaan destinasi pariwisata (Edisi pertama). Gerbang Media Aksara & STiPrAm, Yogyakarta. ISBN: 978-602-72332-5-6