

ANALISIS PROYEKSI PASAR WISATA ALAM PROVINSI SUMATERA UTARA

(Analysis Of Natural Tourism Market Projections Of North Sumatra Province)

Rahmat Abbas¹⁾

¹⁾Program Studi Magister Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan, Program Pascasarjana Universitas Al-Muslim, Bireuen, Provinsi Aceh, 24267

Article Info:

Received: June 25, 2022

Accepted: July 27, 2022

Keywords:

Market; natural; tourism; projections

Corresponding Author:

Rahmat Abbas,
Program Studi Magister
Pengelolaan Sumber Daya Alam
dan Lingkungan, Program
Pascasarjana, Universitas Al-
Muslim, Bireuen, Provinsi Aceh,
24267.

Hp: 0811889836

Email:

rahmatabbas@gmail.com

Abstrak, Indonesia memiliki potensi keindahan alam, keragaman hayati, flora, fauna, dan keragaman serta keunikan budaya. Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa Negara dan mempunyai peran penting dalam membangun perekonomian Indonesia. Berbagai potensi yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Utara, menjadi penentu pengembangan sektor pariwisata, perlu suatu kajian dan analisis yang mendalam dan akurat mengenai proyeksi pasar pada wisata alam Sumatera Utara. Analisis Proyeksi Pasar Wisata Alam, menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Metode kuantitatif memberikan interpretasi yang akurat terhadap data dan informasi dari hasil observasi. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi atau menggali data-data yang bersifat non kuantitatif (data non sekunder), sehingga didapat informasi yang lebih intensif guna memperkuat hasil analisa kuantitatif, menekankan pada pemahaman, penalaran, dan situasi tertentu. Tren pola perjalanan wisata alam asal Sumatera Utara yang diperkaya dengan informasi diperoleh dari prospek pasar wisata alam berbasis panorama dan petualangan, kegiatan wisata menikmati panorama alam dan rafting. Segmen pasar prospektif dari kelompok usia muda, komunitas, dan keluarga yang potensial serta waktu kunjungan. Pola pemasaran dan promosi yang prospektif adalah media-media sosial Hasil perhitungan proyeksi terhadap pasar wisata alam, menunjukkan proyeksi jumlah wisata lebih tinggi dari target pasar yang telah ditetapkan serta diproyeksikan terus meningkat terutama untuk perjalanan dengan produk wisata alam. Peningkatan proporsi perjalanan wisata alam keluar propinsi asal diproyeksikan terjadinya penurunan. Sedangkan segmen pasar yang meningkat adalah segmen golongan muda (usia produktif) dan segmen keluarga.

Abstract, Indonesia has the potential for natural beauty, biodiversity, flora, fauna, and diversity and cultural uniqueness. Tourism is one of the sources of foreign exchange for the country and has an important role in building the Indonesian economy. Various potentials possessed by the Province of North Sumatra, becoming a determinant of the development of the tourism sector, it is necessary to have an in-depth and accurate study and analysis of market projections in North Sumatra's natural tourism. Analysis of Natural Tourism Market Projections, using quantitative approach methods and qualitative approaches. Quantitative methods provide an accurate interpretation of data and information from observations. Meanwhile, the qualitative approach is used to explore or explore non-quantitative data (non-secondary data), so that more intensive information is obtained to strengthen the results of quantitative analysis, emphasizing understanding, reasoning, and certain situations. The

trend of natural tourism travel patterns from North Sumatra which is enriched with information obtained from the market prospects wisata nature based on panoramas and adventures, tourist activities enjoying natural panoramas and rafting. Prospective market segments of young age groups, communities, and potential families and visit times. Prospective marketing and promotion patterns are social media The results of the calculation of projections for the natural tourism market, show a projection of the number of tourists higher than the target market that has been set and is projected to continue to increase, especially for travel with natural tourism products. An increase in the proportion of natural travel out of the original province is projected to decrease. Meanwhile, the market segments that are increasing are the young group segment (productive age) and the family segment.

PENDAHULUAN

Kepariwisata di Indonesia sangat potensial, diantaranya memiliki potensi keindahan alam, keragaman hayati, flora, fauna, dan keragaman serta keunikan budaya dan lain sebagainya. Seluruh potensi sumber daya alam menjadi modal dalam industri pariwisata dan apabila dikelola secara bijaksana akan terjaga keberlanjutannya (*sustainable*) dalam memberikan kontribusi bagi kesejahteraan dan kemakmuran bangsa (Damanik et al., 2022). Harus diakui bahwa kelemahan dari industri pariwisata adalah karena industri ini bersifat massif dan massal, lintas sektoral, multi disiplin, dimana hal ini melibatkan banyak orang, banyak lembaga sehingga harus dibangun sinergitas dari segenap komponen. Disamping itu industri pariwisata sangat sensitif terhadap perubahan lingkungan baik global maupun lokal seperti isu keamanan, stabilitas politik, ekonomi, isu sara, dan permasalahan pada tingkat lokal seperti di destinasi (Setiawan, 2016).

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa Negara dan mempunyai peran penting dalam membangun perekonomian Indonesia. Selain sebagai sumber penghasil devisa juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi (Tamuntuan et al., 2019). Hingga saat perkembangan industri pariwisata Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Ini bisa dilihat berdasarkan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia dan pertumbuhan industri pariwisata termasuk bertumbuhnya jumlah hotel, restoran, transportasi dan lain-lain di Indonesia (Lukito, 2020). Banyak wilayah di Indonesia yang mengalami pertumbuhan pariwisata yang sangat pesat tidak hanya di dominasi oleh Bali, Jogjakarta, Lombok, namun banyak pula daerah yang tumbuh industri pariwisatanya seperti Sulawesi Utara, Wakatobinya, Papua dengan Raja Ampatnya, Bandung, Surabaya dan beberapa wilayah lainnya juga telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam bidang pariwisata. Banyaknya investor yang melakukan penetrasi dengan membangun jaringan hotel baik nasional maupun internasional (Kartawinata et al., 2014). Hal tersebut juga menjadi indikator pertumbuhan industri kepariwisataan Indonesia. Terlebih lagi dengan kebijakan pemerintah Indonesia saat ini, dimana pariwisata sedang dioptimalkan untuk menjadi *leading sector* pembangunan (ILO, 2012), tidak terkecuali pada Provinsi Sumatera Utara

Sumatera Utara memiliki luas total sebesar 181.860,65 km² yang terdiri dari luas daratan sebesar 71.680,68 km² atau 3.73 % dari luas wilayah Republik Indonesia dan luas perairan sebesar 110.000,65 km², sebagian besar berada di daratan Pulau Sumatera dan sebagian kecil berada di Pulau Nias, Pulau-pulau Batu serta beberapa pulau kecil, baik di perairan bagian barat maupun di bagian timur Pulau Sumatera. Perkembangan wilayah Provinsi Sumatera Utara mengikuti dinamika kehidupan sosial ekonomi dan perpolitikan di Indonesia (Saragih, 2021). Sampai dengan akhir tahun 2009, secara administratif wilayah Provinsi Sumatera terdiri dari 25 Kabupaten dan 8 Kota, 417 Kecamatan dan 5744 Desa/Kelurahan. Kabupaten Mandailing Natal merupakan kabupaten dengan wilayah terluas yaitu 6.620,70 km² (9,24%). Sedangkan luas terkecil adalah Kota Sibolga yaitu 10,77 km² (0,02%).

Daerah pantai di kawasan Pantai Barat Sumatera Utara sangat bervariasi yaitu daerah yang curam, berbatu dan di beberapa daerah terdapat pantai yang didominasi rawa. Kondisi pantai semacam ini banyak ditemukan di daerah Kabupaten Tapanuli Tengah, Tapanuli Selatan, Sibolga dan Mandailing Natal. Sedangkan Pantai Kabupaten Nias dan Kabupaten Nias Selatan didominasi oleh pantai berbatu dan berpasir, khususnya yang berhadapan langsung dengan Samudera Indonesia. Banyak terdapat pulau-pulau kecil merupakan ciri yang dimiliki oleh kawasan pesisir barat Sumatera Utara. Pantai barat ini juga memiliki hamparan mangrove sekitar 14.270 Ha yang membujur dari pantai selatan Kabupaten Mandailing Natal sampai ke pantai selatan Kabupaten Tapanuli Tengah serta di daerah pulau-pulau di Kabupaten Nias dengan ketebalan antara 50-150 meter. Terumbu karang di Pantai Barat Sumatera Utara

terdapat di tiga Kabupaten, yaitu Kabupaten Tapanuli Tengah, Kabupaten Nias dan Kabupaten Nias Selatan yang tumbuh pada kedalaman 3-10 meter (Adrianto, 2015).

Provinsi Sumatera Utara merupakan provinsi keenam berpenduduk terbanyak di Indonesia dan provinsi berpenduduk terbesar di luar Pulau Jawa. Berdasarkan hasil proyeksi terhadap hasil Sensus Penduduk Tahun 2010, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 1,11% jumlah penduduk Provinsi Sumatera Utara Tahun 2011 diperkirakan mencapai 13.103.596 orang, yang terdiri atas 6.544.092 laki-laki dan 6.559.504 perempuan. Secara geografis, penyebaran penduduk terbesar masih terkonsentrasi pada wilayah Pantai Timur, yaitu dimana pada wilayah tersebut terdapat sejumlah kabupaten yang berpenghuni terbesar (di atas 5 % dari seluruh penduduk provinsi) dan berkepadatan tertinggi (di atas 200 jiwa/km²), seperti : Labuhan Batu, Asahan, Deli Serdang, Langkat dan Serdang Bedagai. Pada wilayah timur ini juga terdapat sejumlah besar kota besar dengan distribusi dan kepadatan penduduk terbesar yaitu Kota Medan, Sibolga, Tanjung Balai, Pematang Siantar, Tebing Tinggi, Medan, Binjai dan Padang Sidempuan. Dengan memanfaatkan berbagai potensi yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Utara, menjadi faktor penentu pengembangan sektor pariwisata untuk menambang devisa suatu wilayah, serta dapat menjadi sentral pertumbuhan sektor peningkatan ekonomi masyarakat.

Wisata alam menjadi bagian yang sangat krusial dalam kerangka kebijakan peningkatan jumlah kunjungan wisnus maupun wisman. Oleh sebab itu, perlu suatu kajian dan analisis yang mendalam dan akurat mengenai proyeksi pasar pada wisata alam Sumatera Utara. Dengan menggunakan proyeksi yang akurat dapat dirumuskan beragam strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah kunjungan maupun *spending* wisman di destinasi wisata alam khususnya. Sehingga, target kuantitas maupun kontribusinya terhadap produk domestik bruto akan tercapai bahkan sangat mungkin melebihi target yang ditetapkan.

METODOLOGI

Pelaksanaan pekerjaan Analisis Proyeksi Pasar Wisata Alam Tahun 2016, digunakan metode pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjelaskan kondisi data-data primer yang relevan. Metode kuantitatif memberikan interpretasi yang akurat terhadap data dan informasi yang diperoleh dari hasil observasi. Metode deskriptif kuantitatif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Dalam metode deskriptif, dilakukan dengan membandingkan fenomena-fenomena tertentu, sehingga merupakan suatu studi komparatif. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi atau menggali data-data yang bersifat non kuantitatif (data non sekunder), sehingga didapat informasi yang lebih intensif guna memperkuat hasil analisa kuantitatif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam (*verstehen*), penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu). Pendekatan kualitatif, memfokuskan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu, urutan kegiatan dapat berubah tergantung pada kondisi dan banyaknya informasi yang ditemukan, dan biasanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat praktis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan dan proyeksi nilai tukar rupiah

Salah satu indikator pertumbuhan ekonomi secara makro ialah nilai tukar mata uang. Gambaran perkembangan nilai tukar mata uang rupiah terhadap US Dollar dapat dilihat pada grafik18). Rupiah Indonesia diharapkan untuk perdagangan pada angka Rp. 13.474,00/US Dollar pada akhir kuartal tahun 2016 ini, menurut Perdagangan Ekonomi makro global dengan model dan analisis harapan. Ke depan, diperkirakan rupiah akan diperdagangkan pada Rp. 13.090,56/US Dollar dalam 12 bulan seperti terlihat pada gambar 1.



Sumber: *www.tradingeconomics.com, 2016*

Gambar 1. Perkembangan nilai tukar rupiah terhadap US Dollar 2015-2016

Trend dan prospek pasar wisata alam Provinsi Sumatera Utara

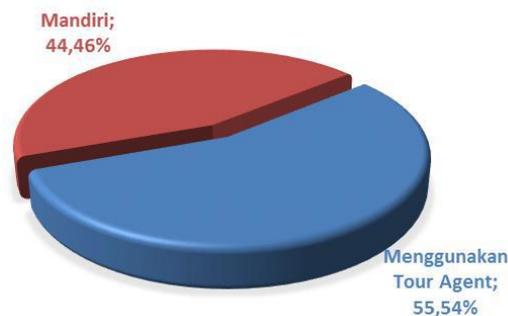
Berdasarkan hasil review terhadap performance pasar Wisnus Alam asal Provinsi Sumatera Utara dalam periode tahun 2013-2014 (Sumber: Statistik Profil Wisatawan Nusantara Tahun 2013 dan 2014, Pusdatin-Kemepar) dan tahun 2016 (Sumber: Hasil survey dan FGD di 7 Provinsi tahun 2016), menunjukkan bahwa secara umum trend dan prospek pasar Wisnus Alam asal Provinsi Sumatera Utara cukup positif untuk terus berkembang di tahun-tahun mendatang. Adapun share wisata nusantara alam terhadap total wisnus asal Provinsi Sumatera Utara dalam periode 2013-2016 kinerjanya juga menunjukkan adanya pertumbuhan yang terus meningkat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kunjungan wisnus alam asal Sumatera Utara dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan positif. Pada tahun 2013 share wisnus alam terhadap total wisnus asal Provinsi Sumatera sebesar 6,85%, selanjutnya meningkat menjadi 7,63% (tahun 2014) dan 8,22% (tahun 2016).

Analisis dari pola perjalanan wisnus alam asal Sumatera Utara berdasarkan destinasi alam yang dituju, terlihat bahwa wisnus yang melakukan perjalanan ke DTW alam di dalam Provinsi Sumatera Utara jumlahnya masih sangat dominan. Artinya bahwa wisnus alam domestik atau lokal proporsinya jauh lebih besar dibanding wisnus alam yang melakukan perjalanan keluar Sumatera Utara (*outbound*). Namun demikian, jika melihat tren perkembangannya hingga tahun 2016, terlihat bahwa kecenderungan wisnus alam asal Sumatera Utara yang berwisata ke luar Sumatera Utara menunjukkan adanya peningkatan, yakni dari 78.060 (11,78%) pada tahun 2013 menjadi 116.633 (14,11%) pada tahun 2016.

Destinasi alam yang banyak dikunjungi wisnus asal Sumatera Utara, juga terlihat adanya pergeseran yang cukup signifikan, khususnya destinasi alam yang berada di luar Provinsi Sumatera Utara. Pada tahun 2013 dan 2014 destinasi alam di luar Provinsi Sumatera Utara yang banyak dikunjungi wisnus asal Sumatera Utara umumnya adalah DTW-DTW alam yang berada di wilayah provinsi-provinsi tetangga Sumatera Utara, seperti Aceh, Sumatera Barat, dan Riau. Namun pada tahun 2016 terlihat adanya pengembangan destinasi wisata alam luar daerah Sumatera Utara yang banyak dikunjungi wisnus asal Sumatera Utara, seperti DTW-DTW alam di Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Bali dan juga NTB. Fenomena demikian mengindikasikan bahwa pasar wisnus alam asal Provinsi Sumatera Utara merupakan pasar yang cukup potensial untuk dikelola dimasa mendatang.

Pasar wisatawan nusantara (wisnus) di Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2016 diperkirakan akan menciptakan perjalanan wisata sebesar 10.062.197 perjalanan. Dari total perjalanan tersebut, besaran pasar wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata alam sebesar 826.660 perjalanan (8,22%). Pada umumnya, pasar wisnus alam di daerah ini lebih banyak melakukan perjalanan wisata di dalam provinsi dibandingkan dengan perjalanan ke luar provinsi. Jumlah perjalanan wisnus alam yang berwisata di dalam provinsi sebanyak 710.027 (85,89%), sedangkan wisnus alam yang berwisata ke luar provinsi sebanyak 116.642 (14,11%).

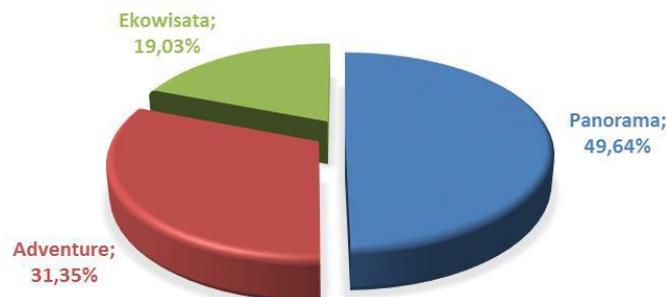
Berdasarkan daerah tujuannya, daya tarik wisata utama di dalam provinsi yang diminati wisnus alam adalah Danau Toba (Berastagi, Prapat, Sipiso-piso, Samosir, Simarjarunjung, Tongging), Asahan, Tangkahan, dan Bukit Lawang. Dalam merencanakan dan melakukan perjalanan wisata keluar provinsi, wisnus alam Sumatera Utara pada umumnya menggunakan biro perjalanan wisata yang ada di daerahnya dibandingkan dengan yang melakukan perjalanan secara mandiri. Pasar wisnus alam Provinsi Sumatera Utara yang melakukan perjalanan dengan menggunakan *tour operator* atau biro perjalanan wisata ke luar Provinsi Sumatera Utara sebanyak 64.785 wisatawan (55,54%) dan yang tidak menggunakan biro perjalanan wisata sebanyak 51.857 wisatawan (44,46%). Wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan secara mandiri atau tidak menggunakan biro perjalanan wisata sebagian besar adalah yang melakukan perjalanan di sekitar provinsi, yaitu dengan tujuan utama ke wilayah Aceh, Riau, dan Sumatera Barat. Pada umumnya wisnus asal Sumatera Utara memilih perjalanan yang praktis sehingga menggunakan biro perjalanan wisata. Adapun wisatawan yang melakukan perjalanan mandiri didorong oleh semangat berpetualang dan pertimbangan biaya (didominasi oleh anak muda).



Gambar 2. Kunjungan wisnus alam asal Sumatera Utara ke luar Sumatera utara berdasarkan type perjalanan

Tren pola perjalanan pasar wisnus alam Sumatera Utara selain ditentukan oleh pemilihan destinasi dan daya tarik wisata alam yang diminati serta penggunaan biro perjalanan wisata, juga ditentukan oleh paket wisata yang dipilih, jenis kegiatan wisata alam yang disukai, serta waktu kunjungan yang biasa dilakukan. Paket wisata yang banyak diminati wisnus alam Sumatera Utara adalah paket wisata selama 3 hari 2 malam yang merupakan paket campuran yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata berupa kunjungan ke daya tarik wisata alam yang juga dilengkapi dengan kunjungan ke daya tarik wisata bahari dan buatan. Berdasarkan pengelola agen perjalanan wisata, paket wisata alam memiliki prospek yang cerah kedepannya terutama jenis wisata susur sungai karena permintaannya yang terus meningkat. Paket wisata yang dibeli wisnus pada umumnya paket 3 hari 2 malam karena memang berkaitan dengan *weekend*.

Jenis kegiatan wisata alam yang disukai wisnus alam Sumatera Utara adalah menikmati panorama, petualangan (*adventure*), dan ekowisata. Hal ini ditunjukkan oleh persentase jumlah wisnus alam Sumatera Utara yang paling banyak melakukan kegiatan wisata panorama sebanyak 57.906 wisatawan (49,64%) yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan *adventure* sebanyak 36.562 wisatawan (31,35%), dan ekowisata sebanyak 22.194 wisatawan (19,03%).



Gambar 3. Kunjungan wisnus alam asal Sumatera Utara ke luar Sumatera Utara berdasarkan jenis kegiatan wisata

Berdasarkan pengelompokannya, segmen pasar wisnus alam Sumatera Utara yang melakukan perjalanan keluar Provinsi adalah kelompok usia produktif yang sudah bekerja yang berwisata secara kelompok kecil-besar, komunitas, dan keluarga. Segmen inilah yang rata-rata memilih berwisata selama 3 hari 2 malam. Segmen remaja mulai tumbuh yang mengunjungi beberapa tempat wisata yang eksotis. Segmen ini belum optimal tergarap penyedia travel karena mereka lebih memilih langsung menuju lokasi dengan pertimbangan lebih murah. Fenomena lain yang terjadi adalah meningkatnya segmen khusus yang memiliki *purchasing power* yang tinggi, memiliki *awareness* yang tinggi di Sumatera Utara walaupun jumlahnya kecil sekitar 10% akan tetapi trennya terus meningkat. Dalam berwisata keluar daerahnya, pola pemesanan untuk kunjungan ke daya tarik wisata ataupun pemesanan sarana akomodasi yang biasa dilakukan oleh wisnus alam Sumatera Utara adalah dilakukan secara insidental atau kurang dari satu bulan sebelumnya dengan memanfaatkan informasi dari internet atau media sosial.

Waktu berwisata yang banyak dipilih untuk melakukan kunjungan wisata adalah pada musim liburan sekolah, hari raya, dan akhir tahun yaitu sekitar Bulan Mei sampai Juli dan November sampai Januari. Adapun bulan-bulan lainnya termasuk *low season*.

Pengeluaran wisnus alam Sumatera Utara selama berwisata diperuntukan bagi pengeluaran untuk penginapan, makan dan minum, transportasi, tiket daya tarik wisata panorama, dan souvenir, serta lainnya. Besar kecilnya pengeluaran wisatawan dipengaruhi oleh lama tinggal atau lama kunjungan wisatawan. Setiap orang dari wisnus ini melakukan belanja rata-rata sebesar Rp. 500 ribu - Rp.700 ribu per orang per hari. Pengeluaran untuk makan berkisar antara Rp. 150 ribu – Rp. 200 ribu, untuk penginapan sebesar Rp. 200 ribu - Rp. 300 ribu, dan untuk transportasi Rp. 150 ribu– Rp. 200 ribu. Dengan jumlah perjalanan wisnus alam Sumatera Utara baik di dalam provinsi maupun keluar provinsi, jumlah total pengeluaran wisnus alam asal Sumatera Utara sebesar ± Rp. 770,467 milyar. Dari tren pola perjalanan wisata wisnus alam asal Sumatera Utara yang diuraikan di atas, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi oleh wisnus alam di daerah ini yaitu keindahan alam, sarana transportasi udara yang murah, *life style*, dan kemudahan informasi (TV/internet/sosmed), serta kemudahan akses menuju destinasi.

Berdasarkan tren pola perjalanan wisata wisnus alam asal Sumatera Utara yang diperkaya dengan informasi terkini terkait kinerja perjalanan wisata alam di provinsi ini, selanjutnya diperoleh gambaran prospek pasar wisnus alam provinsi ini, sebagai berikut:

- a. Produk pariwisata yang prospektif untuk ditawarkan pada pasar wisnus alam Sumatera Utara adalah produk wisata alam berbasis panorama dan petualangan (*adventure*), kegiatan wisata menikmati panorama atau lansekap alam dan *rafting*, dengan paket wisata rata-rata 3 hari 2 malam.
- b. Segmen pasar wisnus alam yang prospektif, terdiri dari:
 - Segmen pasar prospektif dari provinsi ini adalah kelompok usia muda, komunitas, dan keluarga yang potensial untuk dikembangkan ke depan.
 - Waktu kunjungan yang prospektif adalah pada musim libur sekolah, hari raya, serta akhir tahun.
- c. Pola pemasaran dan promosi yang prospektif untuk dilakukan adalah:
 - Pemasaran yang dilakukan oleh biro perjalanan wisata melalui pendekatan penggunaan media internet/media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan proyeksi terhadap pasar wisata alam, pada tahun 2016-2020 menunjukkan proyeksi jumlah wisnus lebih tinggi dari target pasar yang telah ditetapkan serta diproyeksikan terus meningkat terutama untuk perjalanan dengan produk wisata alam. Peningkatan proporsi perjalanan wisnus alam keluar propinsi asal pada periode 2016-2020 diproyeksikan mengakibatkan terjadinya penurunan pada jumlah wisnus wisata alam yang melakukan perjalanan di dalam propinsi. Sedangkan segmen pasar yang diproyeksikan akan meningkat adalah segmen golongan muda (usia produktif) untuk keluar propinsi dan segmen keluarga untuk tujuan dalam propinsi. Untuk produk wisata alam yang paling banyak diminati adalah wisata alam yang bersifat *soft* (menikmati panorama). Namun produk *adventure* dan ekowisata diperkirakan juga akan tetap diminati khususnya oleh segmen pasar komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, L. (2015). *Laporan Analisis Dan Evaluasi Hukum Tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir Dan Pulau-Pulau Kecil*.
- Damanik, D., Nasrullah, Purba, B., SN, A., Abdillah, D., Raditya, Salim, M. N., Hamidah, S., Rusata, T., & Faried, A. I. (2022). *Ekonomi Pariwisata, Konsep, Pemasaran dan Pembangunan* (Sinarmata, Ed.; Vol. 1). Yayasan Kita Menulis.
- ILO. (2012). *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan Dan Green Jobs untuk Indonesia*. International Labour Organization. www.ilo.org/publns
- Kartawinata, B. R., Wardhana, A., & Syahputra. (2014). *Bisnis Internasional* (S. Sonjaya, Ed.). PT. Karya Manunggal Lithomas. <https://www.researchgate.net/publication/327068991>
- Lukito, L. E. (2020). *Kontribusi Industri Parawisata Terhadap Pembangunan Indeks Manusia* (N. Risnawati, Ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG. www.penerbitwidina.com
- Saragih, A. S. (2021). *Laporan Makro Sosial Ekonomi Provinsi Sumatera Utara*.
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 23–35.
- Tamuntuan, N., Gosal, R., & Sampe, S. (2019). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Objek Wisata Gunung Mahawu. *Eksekutif: Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 3(3).