ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 5 (2) 2020: 602 – 607 http://abdimas.usu.ac.id

Increasing the Brand Image of the Sweembath Tourism Area Towards a Tourism Village in Naga Sopa Village, Bandar Huluan District, Simalungun Regency

Ma'ruf Tafsin[1], Eva Sartini Bayu[1], Peni Patriani[1], Hariadi Soesilo[2], Dardanila[2], Tugiman[3], Ida Ariani[3], Tulus[4]
[1] Faculty of Agriculture, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
[2] Faculty of Culture Studies, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
[3] Faculty of Engineering, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
[4] Faculty Mathematics and Sciences, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia,
Email: hariadisusilo722@gmail.com

Abstract

The embossed icon (image) is a promotional media or an identity media of a specific geographic era, whether it is a unique writing or logo that has the aim of attracting the attention of those who see it to be interested and want to look back, they will return to visit the tourist area. making a raised letter icon (image) "" SWEEMBATH 'and' NATURAL WATER EYES 'is a promotional media or media identity, a geographically distinctive name, the origin of the naming is a unique writing or logo which has the aim of attracting the attention of those who see it to be interested and want to look back, they and then return to visit the tourist area and understand the history of the pennant spring. Making large embossed letters to become the sweembath location icon is needed, especially in relation to further promotions that can attract tourist visits. The making of the writing icon will be made at the front gate of the tourist location. The making of the letter icon is proven to be a location for selfies of visitors who generally will display their tourism activities or activities through social media such as Instagram, Facebook, YouTube, and others. The making of these letters has an impact on the promotion of sweembath tourist areas which are expected to increase the number of tourist visits in the future. Measurement of visitor perceptions answers a high level of satisfaction. The number shows that the satisfaction level who answered very satisfied reached 90%, and 10% answered satisfied. This condition shows that the sweembath tourist location is in a very significant direction compared to the previous ones. Several stakeholders, such as village managers and sub-district officials, tended to show their surprise at the changes made by USU's LPPM to these tourist sites, which led to a much better image than before. The survey results show that further improvements are needed, especially in the aspect of providing representative prayer facilities (mushola) in these locations. Another very basic condition that requires improvement is road access to tourist sites. The Simalungun Regional Government should be able to repair and maintain roads to these tourist sites so that the economic improvement of the tourism village community in Naga Sopa Village is better. Some of the measurements that were originally going to be carried out were the measurement of the increase in the number of tourist visits after USU's LPPM-assisted village activities. This measurement is difficult to do considering the current conditions related to the Covid 19 pandemic, which

ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 5 (2) 2020: 602 – 607 http://abdimas.usu.ac.id

limits crowding activities in order to reduce the incidence of Covid 19 infection in the community, and the outcomes achieved, 1) mass media publications, 2) journals, 3) CD activities, and 4) documentary books activities

Keywords: Promotion, measurement, management, survey, and achievement

Abstrak

Icon huruf timbul (image) adalah media promosi atau media identitas suatu masa khas geografi baik itu merupakan tulisan atau logo yang unik yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian orang yang melihat agar tertarik dan mau melihat kembali, meraka dan kemudian kembali berkunjung ke daerah wisata itu. pembuatan Icon huruf timbul (image) “”SWEEMBATH' dan ' WISATA MATA AIR ALAMI' adalah media promosi atau media identitas suatu nama khas geografi asal usul penamaan baik itu merupakan tulisan atau logo yang unik yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian orang yang melihat agar tertarik dan mau melihat kembali, meraka dan kemudian kembali berkunjung ke daerah wisata itu dan memahami sejarah mata air umbul tersebut. Pembuatan huruf timbul besar untuk menjadi icon lokasi sweembath diperlukan terutama terkait dengan promosi lanjutan yang dapat menjadi daya tarik kunjungan wisatawan. Pembuatan icon tulisan tersebut akan dibuat pada gerbang depan lokasi wisata Pembuatan icon huruf tersebut terbukti menjadi lokasi foto selfi dari pengunjung yang umumnya akan menampilkan kegiatan atau aktivitas wisata mereka melalui media sosial seperti instagram, facebook, youtube, dan lainnya. Pembuatan huruf tersebut membawa dampak terhadap promosi kawasan wisata sweembath yang diharapkan akan meningkatkan angka kunjungan wisata dimasa yang akan datang. Pengukuran terhadap persepsi pengunjung menjawab tingkat kepuasan yang tinggi . Angka menunjukkan tingkat kepuasan yang menjawab sangat puas mencapai 90%, dan 10% menjawab puas. Kondisi tersebut menunjukkan gambaran lokasi wisata sweembath ke arah perbaikan yang sangat signifikan dibandingkan sebelumnya. Beberapa pemangku kepentingan seperti pengelola desa dan pejabat kecamatan cenderung menunjukkan kekagetannya akan perubahan yang dilakukan LPPM USU terhadap lokasi wisata tersebut yang mengarah kepada citra yang jauh lebih baik dari sebelumnya. Hasil survey menunjukkan masih perlunya perbaikan lanjutan terutama mencakup aspek penyediaan sarana beribadah (mushola) yang representatif di lokasi tersebut. Kondisi lainnya yang sangat mendasar memerlukan perbaikan adalah akses jalan menunju lokasi wisata. Pemerintah Daerah Simalungun sebaiknya dapat melakukan perbaikan dan pemeliharaan jalan ke lokasi wisata tersebut agar perbaikan ekonomi masyarakat desa wisata di Desa Naga Sopa menjadi lebih baik. Beberapa pengukuran yang sedianya akan dilakukan adalah pengukuran terhadap peningkatan angka kunjungan wisata pasca kegiatan desa binaan LPPM USU. Pengukuran tersebut sulit dilakukan mengingat kondisi sekarang terkait pandemi Covid 19, yang membatasi kegiatan berkerumun agar mengurangi angka kejadian infeksi Covid 19 di masyarakat, dan luaran yang dicapai, 1) publikasi media massa, 2) jurnal,3) CD kegiatan, dan4) buku dokementasi kegiatan

Kata Kunci : Promosi, pengukuran, pengelola, survey,dan capaian

.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan desa Sesuai amanat UU No. 6 Tahun 2014, ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa melalui pembangunan desa-desa mandiri dan berkelanjutan yang memiliki ketahanan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan mempercepat pembangunan desa-desa mandiri serta membangun berdasarkan sumberdaya lokal desa. Kecamatan Bandar Huluan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Simalungun yang potensial untuk dikembangkan. Bandar Huluan letaknya diapit oleh 4

kecamatan yaitu sebelah utara: Kec.Bandar, selatan: Kec.Gunung Maligas, barat: Kec.Dolok Batu Nanggar, dan disebelah timur: Kec.Pematang Bandar. Letak astronomisnya antara 02°36' - 03°18' Lintang Utara dan 98°32' - 99°35' Bujur Timur dengan luas 121,86 $Km^{2.}$ Salah satu sektor yang potensial untuk dikembangkan adalah sektor pariwisata yang dapat mendongkrak perekonomian masyarakat melalui pengembangan kawasan wisata yang sudah ada.

Pemandian Sweembath Bahapal dibangun pada tahun 1930 oleh pemerintah Belanda dengan mempekerjakan buruh-buruh perkebunan. Pemandian ini dijadikan sebagai tempat hiburan oleh orang-orang Belanda. Sebelum dibangun oleh pemerintah Belanda, kawasan Pemandian Sweembath Bahapal merupakan daerah kekuasaan Partuanan Naga Bayu. Dimana masyarakat Partuanan Naga Bayu memanfaatkan umbul air (mata air) yang ada dikawasan untuk mengambil air bersih. Setelah Indonesia merdeka pengelolaan diserahkan ke perkebunan negara, karena setelah tahun 1945 HGU (Hak Guna Usaha) milik PTPN IV Laras (Purba, 2012). Sekarang ini, pengelolaan kawasan wisata sweembath telah diserahkan kepada masyarakat setempat sebagai pengelola wisata desa.

Program yang dapat dilakukan melalui desa binaan yang dapat dilakukan Universitas Sumatera Utara dengan meninjau segi sumberdaya lokal alami yang dimiliki yaitu pengembangan kawasan tersebut agar berkembang menjadi desa wisata. Penanganan yang dapat dilakukan antara lain melalui program " Pengembangan Desa Wisata " Sweembath" Naga Sopa Kecamatan Bandar Huluan, Kabupaten Simalungun untuk mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat. Menurut Nusatiawan 2020,: "Desa Wisata, adalah dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, biasanya di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

Berdasar latar belakang tersebut dilakukan analisis kegiatan pengabdian masyarakat dalam rangka peningkatan brand image kawasan wisata sweembath menuju desa wisata di Desa Naga Sopa Kecamatan Bandar Huluan Kabupaten Simalungun. Kajian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi dan perbaikan lebih lanjut dalam pengembangan desa wisata berbasis kawasan wisata sweembath.

2. BAHAN DAN METODE

Kondisi pemandian alami sweembath mempunyai beberapa keterbatasan disamping potensi alamiah yang sudah dimiliki kawasan tersebut. Hasil analisis pendahuluan menunjukkan perlunya perbaikan terkait dengan Kondisi Fasilitas kawasan yang mencakup aspek keindahan dan kebersihan, dan keamanan pengunjung pemandian yang masih terbatas dan perawatannya kurang baik dan Manajemen pengelolaan oleh masyarakat masih kurang optimal yang terkait dengan aspek pengelolaan kawasan, tata letak kawasan, pelayanan, dan promosi. Kawasan wisata ini dibuka hanya pada hari sabtu dan minggu, sehingga kunjungan wisata relatif masih kecil.

Pelaksanaan desa binaan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dari masyarakat pengelola kawasan wisata, unsur perangkat Desa / Kecamatan dan stakeholder lainnya yang terkait. Teknik diskusi dan wawancara yang mendalam dilakukan untuk menggali akar permasalahan dan pengembangan dalam jangka pendek/panjang yang dapat dilaksanakan atau diharapkan. Hasil survey pendahuluan sudah mendapatkan kondisi lapangan yang dihadapi dan untuk kegiatan desa binaan USU melahirkan beberapa kegiatan seperti : Penataan jalan dan pembuatan kanopi,Penataan keindahan lingkungan kawasan wisata,Pembuatan spot swa foto,Penghijauan kawasan wisata, dan Penataan Brand image sweembath.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan melakukan survey terhadap 30 responden dari pengunjung ketempat wisata dengan melihat respons dan persepsi yang diajukan melalui kuesioner. Teknik sampling dilakukan dengan accidental sampling dan selanjutnya analisis data dilakukan secara deskriptif.

ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 5 (2) 2020: 602 – 607 http://abdimas.usu.ac.id

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini sebagian besar wisata yang berkunjung Naga Sopa lebih dominan melakukan rekreasi. Rekreasi yang dimaksud seperti bersenang-senang menghabiskan waktu luang melalui kegiatan berenang. Pariwisata sebagai industri jasa harus mampu memberikan *tourist experience* yang memberikan wawasan kepada setiap wisatawan yang berkunjung, sehingga dampak pengelolaan dan dampak kunjungan yang terjadi memiliki manfaat bagi pengunjung dan wilayah yang dikunjungi Seperti halnya daya tarik wisata lainnya di sekitaran pematang siantar yang kerap dikunjungi wisatawan, ramainya pengunjung sering tidak diimbangi dengan pemeliharaan lingkungan, sarana dan prasarana, sejarah dan budaya di wilayah tersebut, padahal Desa Naga Sopa diharapkan mampu menjadi tempat rekreasi berwawasan lingkungan yang kreatif dan menarik.

Beberapa kegiatan seperti pembuatan icon huruf (Gambar 1) bertujuan menciptakan kenangan kepada para pengunjung. Icon huruf timbul (image) adalah media promosi atau media identitas suatu masa khas geografi baik itu merupakan tulisan atau logo yang unik yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian orang yang melihat agar tertarik dan mau melihat kembali, meraka dan kemudian kembali berkunjung ke daerah wisata itu. pembuatan Icon huruf timbul (image) “”SWEEMBATH’ dan ‘ WISATA MATA AIR ALAMI’ adalah media promosi atau media identitas suatu nama khas geografi asal usul penamaan baik itu merupakan tulisan atau logo yang unik yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian orang yang melihat agar tertarik dan mau melihat kembali, meraka dan kemudian kembali berkunjung ke daerah wisata itu dan memahami sejarah mata air umbul tersebut.

Pembuatan huruf timbul besar untuk menjadi icon lokasi sweembath diperlukan terutama terkait dengan promosi lanjutan yang dapat menjadi daya tarik kunjungan wisatawan. Pembuatan icon tulisan tersebut akan dibuat pada gerbang depan lokasi wisata

Gambar 1. Pemasangan icon huruf di gerbang lokasi wisata sweembath.

ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 5 (2) 2020: 602 – 607 http://abdimas.usu.ac.id

Gambar 2. Pemasangan icon huruf di kawasan dalam lokasi wisata sweembath.

Menurut Pendit dan Pitana (Pitana, 2009) merumuskan pengertian pariwisata seagai berikut "Pariwisata adalah kegiatan orang-orang melakukan perjalanan dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu senggang, urusan bisnis". suatu daya tari wisata dapat menarik untuk dirangkai oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk mengembangkan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah: 1) Daya Tarik yang dapat disaksikan, hal ini menisyaratkan bahwa pada sustu daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik khusus dan aktrasi budaya yang dapat dijadikan sebagai hiburan bagi wisata. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan aktrasi wisata; 2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*What to do*). Hal ini menisyaratkan bahwa di tempat wisata dapat menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama ditempat tujuan wisata.

Pembuatan icon huruf tersebut terbukti menjadi lokasi foto selfi dari pengunjung yang umumnya akan menampilkan kegiatan atau aktivitas wisata mereka melalui media sosial seperti instagram, facebook, youtube, dan lainnya. Pembuatan huruf tersebut membawa dampak terhadap promosi kawasan wisata sweembath yang diharapkan akan meningkatkan angka kunjungan wisata dimasa yang akan datang.

Pengukuran terhadap persepsi pengunjung menjawab tingkat kepuasan yang tinggi . Angka menunjukkan tingkat kepuasan yang menjawab sangat puas mencapai 90%, dan 10% menjawab puas. Kondisi tersebut menunjukkan gambaran lokasi wisata sweembath ke arah perbaikan yang sangat signifikan dibandingkan sebelumnya. Beberapa pemangku kepentingan seperti pengelola desa dan pejabat kecamatan cenderung menunjukkan kekagetannya akan perubahan yang dilakukan LPPM USU terhadap lokasi wisata tersebut yang mengarah kepada citra yang jauh lebih baik dari sebelumnya.

Beberapa catatan penting hasil survey menunjukkan masih perlunya perbaikan lanjutan terutama mencakup aspek penyediaan sarana beribadah (mushola) yang representatif di lokasi tersebut. Kondisi lainnya yang sangat mendasar memerlukan perbaikan adalah akses jalan menunju lokasi wisata. Pemerintah Daerah Simalungun sebaiknya dapat melakukan perbaikan dan pemeliharaan jalan ke lokasi wisata tersebut agar perbaikan ekonomi masyarakat desa wisata di Desa Naga Sopa menjadi lebih baik.

Beberapa pengukuran yang sedianya akan dilakukan adalah pengukuran terhadap peningkatan angka kunjungan wisata pasca kegiatan desa binaan LPPM USU. Pengukuran tersebut sulit dilakukan mengingat kondisi sekarang terkait pandemi Covid 19, yang membatasi kegiatan berkerumun agar mengurangi angka kejadian infeksi Covid 19 di masyarakat

.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Terjadinya peningkatan kepuasan mengenai brand image kawasan wisata sweembath melalui pembutan icon wisata yang juga menjadi media promosi untuk lokasi wisata yang berkelanjutan. Perlu perbaikan lanjutan lokasi wisata terutama terkait aspek akses jalan/transportasi menuju lokasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Kecamatan Bandar Huluan Dalam Angka2016. Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun

ISSN Printed Version: 2549-4341
ISSN Online Version: 2549-418X
ABDIMAS TALENTA 5 (2) 2020: 602 – 607 http://abdimas.usu.ac.id

Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Statistik daerah kecamatan bandar huluan 2016. Badan Pusat Statistik Kabupaten Simalungun

Hariadi et. Al.. 2017. Program desa binaan lembaga pengabdian kepada masyarakat (lpm) Universitas Sumatera Utara (USU). Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Sumatera Utara.

Mubyarto dan Sartono Kartodirdjo, 1988. Pembangunan Pedesaan di Indonesia, Liberty Yogyakarta. Purba, Sri Defi a. (2012) *Perkembangan Pemandian Sweembath Bahapal Sebagai Objek Wisata Di Kecamatan Bandar Huluan Kabupaten Simalungun (1966-2012). Skripsi, Fisip, Unimed. Medan.*

Nusastiawan, C.D. 2020. Buku_Pedoman_Umum_Desa_Wisata https://www.academia.edu/6423956/Buku_Pedoman_Umum_Desa_WisataTribun-medan.com 2017. Dulunya Pemandian Orang Belanda, Indahnya Pemandian Alam Sweembath, https://medan.tribunnews.com/2017/09/29/. Penulis: Dedy Kurniawan