

Pengembangan Daya Tarik Objek Wisata Desa Lawang Kajang

¹⁾Sri Hidayati, ²⁾Andre Firmansyah, ³⁾Ahmad Al Ikklas, ⁴⁾Devi Asriani, ⁵⁾Dina Fakhriah, ⁶⁾Fitriani, ⁷⁾Nuris Safitri Hidayanti, ⁸⁾Nurma, ⁹⁾Rahman, ¹⁰⁾Ria Kartika, ¹¹⁾Rina Nursetyowati

¹⁾Pendidikan Agama Islam, IAIN Palangka Raya, Indonesia

²⁾Akuntansi Syariah, IAIN Palangka Raya, Indonesia

³⁾Ilmu Al-quran dan Tafsir, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁴⁾Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁵⁾Manajemen Pendidikan Islam, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁶⁾Perbankan Syariah, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁷⁾Hukum Tata Negara, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁸⁾Hukum Keluarga Islam, IAIN Palangka Raya, Indonesia

⁹⁾Tadris Bahasa Inggris, IAIN Palangka Raya, Indonesia

¹⁰⁾Ekonomi Syariah, IAIN Palangka Raya, Indonesia

¹¹⁾Pendidikan Agama Islam, IAIN Palangka Raya, Indonesia

Email Corresponding: af6250411@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pariwisata
Pengembangan
Perekonomian
KKN

Desa Wisata pemancingan lawang kajang adalah salah satu pusat perhatian wisatawan lokal yang disebabkan adanya tempat wisata untuk menenangkan diri, hal inilah yang menjadi daya tarik dari wisata pemancingan lawang kajang. Yang terletak di Desa Lawang Kajang Kecamatan Timpah, Kabupaten Kapuas, Kalimantan Tengah. Metode yang dapat digunakan untuk melihat potensi sekaligus untuk melakukan perencanaan dan pengembangan pariwisata yang dilakukan, yaitu prototype objek wisata di Desa Lawang Kajang. Hasil penelitian ini adalah memperindsh wisata yang ada di Desa Lawang Kajang dengan berhasilnya membangun plang nama wisata, spot foto dan papan kata-kata. Diharapkan agar masyarakat sekitar dan perangkat desa kedepannya bisa memperindah wisata di Desa Lawang Kajang.

ABSTRACT

Keywords:
Tourism
Development
Economic Developmen
KKN

Lawang Kajang Fishing Village is one of the centers of attention of local tourists due to the existence of tourist attractions to calm down, this is the attraction of lawang kajang fishing tours. Located in Lawang Kajang Village, Timpah Sub-district, Kapuas Regency, Central Kalimantan. The method that can be used to see the potential as well as to carry out tourism planning and development is carried out, namely the prototype of tourist attractions in Lawang Kajang Village. The result of this research is the existence of tourism in Lawang Kajang Village with the success of building tourist name signs, photo spots and word boards. It is hoped that the surrounding community and village officials in the future can beautify tourism in Lawang Kajang Village.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Industri perjalanan dan pariwisata menjadi sektor yang menjanjikan dalam upaya meningkatkan penerimaan daerah. Dengan menggalakkan penerimaan lokal, rencana pengembangan dan optimalisasi kekayaan serta potensi destinasi wisata setempat diharapkan akan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi (Salambue, R., dkk. 2020). Daerah Provinsi Kalimantan Tengah memamerkan aneka ragam harta, termasuk keberagaman seni, keindahan alam, dan warisan budaya. Ragam kekayaan yang dimiliki oleh wilayah tersebut merupakan sumber daya dan kekayaan yang besar bagi upaya meningkatkan dan memajukan sektor pariwisata. Provinsi Kalimantan Tengah tidak sekadar menyuguhkan pemandangan alam yang

menakjubkan sebagai destinasi liburan, melainkan juga memiliki peluang industri pariwisata kreatif yang dapat diijakan ke seluruh belahan dunia (Sujud, A., dkk., 2020).

Destinasi Pemancingan Lawang Kajang, sebuah desa wisata yang menarik, menjadi sorotan utama bagi para pelancong domestik. Keberadaan tempat wisata yang menawarkan ketenangan menjadi daya tarik utama dari Pemancingan Lawang Kajang. Desa ini terletak di Kecamatan Timpah, Kabupaten Kapuas, Provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia, dan dikenal sebagai ekowisata yang dikelola oleh masyarakat setempat dengan fokus pada pengembangan potensi alam. Penggunaan keindahan alam yang terletak di sepanjang sungai Kapuas dan produk olahan ikan asin sebagai oleh-oleh menjadi fokus utama ketertarikan destinasi. Desa ini menonjolkan kecantikan alamnya sebagai daya tarik utama bagi para wisatawan. Destinasi Pemancingan Lawang Kajang menarik minat pelancong lokal karena keberadaan beragam spot foto yang instagramable, terutama saat matahari terbenam dan saat air pasang.

Kemajuan sektor pariwisata sangat bergantung pada jumlah pengunjung yang berdatangan. Untuk meningkatkan frekuensi kunjungan, upaya promosi sangatlah penting. Promosi dapat diperluas melalui platform daring, seperti situs web dan berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Penggunaan situs web sebagai alat promosi biasanya terintegrasi dengan portal resmi pariwisata. Informasi yang tersedia meliputi destinasi wisata dan agenda kegiatan yang dapat dilakukan (Abidi dan Ramadhani, 2012). Media sosial seperti Instagram juga menjadi sarana yang efektif dalam promosi. Hal ini karena popularitas besar Instagram dan kemudahan akses melalui perangkat pintar. Instagram merupakan platform sosial berfokus pada gambar dan video, yang sangat mendukung promosi kegiatan pariwisata (Agus Purnomo, 2018). Pentingnya penggunaan media sosial dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di suatu wilayah harus diimbangi dengan infrastruktur pariwisata yang memadai di daerah tersebut (Wicaksono, 2017)..

Meningkatkan mutu dan standar kualitas destinasi menjadi suatu hal yang sangat esensial karena untuk mencapai pengembangan destinasi wisata yang optimal, kedua aspek tersebut harus ditingkatkan guna menciptakan reputasi destinasi yang memuaskan bagi pengunjung dan penduduk setempat. Terdapat empat elemen kunci dalam destinasi wisata, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan fasilitas tambahan. Pemerintah daerah, pengelola, dan komunitas lokal harus memiliki pemahaman yang mendalam mengenai keempat aspek tersebut. Untuk memastikan kepuasan para wisatawan, semua komponen 4A tersebut harus terpenuhi (Dwijendra, 2018). Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu penggerak utama dalam perekonomian lokal dan memberikan dorongan bagi pertumbuhan UMKM di sekitar destinasi wisata. Meskipun masih terdapat kendala terkait penetapan tarif masuk oleh kepala desa dan penyelesaian pembangunan tempat wisata yang belum optimal, keberadaan destinasi tersebut setidaknya mendorong wisatawan untuk berbelanja di UMKM lokal. Selain itu, pemerintah, lembaga, asosiasi bisnis, dan LSM saat ini semakin menyadari pentingnya pembangunan yang berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata karena mayoritas produk pariwisata terkait dengan kekayaan alam atau budaya masyarakat setempat (Edy Sutrisno, 2021).

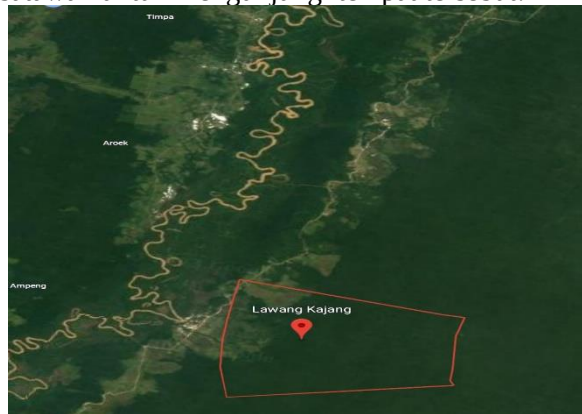
Mengembangkan destinasi pariwisata merupakan upaya yang kompleks, melibatkan berbagai pihak, dana, strategi, serta keterlibatan aktif dari masyarakat lokal, pemerintah, dan investor yang tertarik. Menurut Yoeti (dalam Salambue, dkk., 2020), ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan suatu objek wisata, termasuk: 1. Objek wisata harus memiliki daya tarik unik yang membedakannya dari destinasi lain (sesuatu yang menarik untuk dilihat). 2. Lokasi objek wisata harus menyediakan beragam kegiatan yang dapat dinikmati oleh pengunjung (memancing, trekking, dll). 3. Di sekitar lokasi objek wisata juga harus tersedia fasilitas atau produk yang menarik untuk dibeli. Pengembangan daya tarik pariwisata bertujuan untuk memajukan destinasi menuju arah yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat yang dirasakan oleh banyak orang, sambil tetap memperhatikan konservasi lingkungan di sekitar objek wisata tersebut. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah seperti yang tertera di bawah ini:

1. Menyusun obyek wisata Pemancingan Lawang Kajang sangat menarik bagi para pengunjung.
2. Menciptakan sudut-sudut foto menarik di sekitar destinasi pariwisata ini dapat menarik minat pengunjung.
3. Mengadakan kampanye dan memperkenalkan obyek wisata Pemancingan Lawang Kajang kepada masyarakat melalui berbagai platform media sosial dan online.

II. MASALAH

Dari uraian sebelumnya, terlihat bahwa Desa Lawang Kajang, yang berada di kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas, memiliki potensi destinasi pariwisata yang menarik namun belum sepenuhnya tersosialisasi, oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi promosi wisata yang dapat

diterapkan di Desa Lawang Kajang melalui platform media sosial serta mendirikan area foto yang menarik guna meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.



Gambar 1. Peta Desa Lawang Kajang

III. METODE PELAKSANAAN

Selama ini, pembangunan desa cenderung mengikuti prinsip "membangun desa" daripada "desa membangun" yang menyebabkan ketergantungan desa pada bantuan luar. Dalam pendekatan "membangun desa", faktor eksternal memiliki peran yang dominan dalam menentukan arah pembangunan desa. Sebaliknya, dalam konsep "desa membangun", partisipasi aktif masyarakat menjadi faktor utama dalam pembangunan desa yang berkelanjutan (Hekmatyar Versanudin, 2021). Dalam konteks pariwisata, intervensi dari pihak luar seringkali tidak mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan masyarakat lokal. Pembangunan pariwisata perdesaan seringkali dipandang dari sudut pandang komersial, dengan fokus utama untuk menarik sebanyak mungkin wisatawan. Sebaliknya, pembangunan pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat akan lebih mengakomodasi potensi objek wisata yang berkaitan dengan kebutuhan jangka panjang masyarakat setempat. Mengembangkan potensi objek wisata, termasuk mendirikan spot foto menarik, bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Teluk Jering. Dengan jumlah pengunjung yang meningkat, ekonomi masyarakat desa dapat terbantu, terutama bagi mereka yang menggantungkan mata pencaharian dari kegiatan perdagangan di sekitar objek wisata (Salambue Roni dkk., 2020).

Program-program yang ada terdiri dari 3 macam:

Rencana pendahuluan disusun sebagai upaya untuk memperoleh dukungan dari penduduk lokal, melalui kegiatan penyuluhan dan kunjungan langsung. Penyuluhan ini bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai maksud dan tujuan kegiatan yang akan dilaksanakan di desa mereka, serta meminta kontribusi dari generasi muda setempat untuk membantu mengatasi segala kendala yang mungkin timbul selama pelaksanaan program kerja yang telah dipersiapkan (Jaenab., dkk., 2021).

Rencana kedua adalah sebuah program yang telah disusun dan disesuaikan dengan potensi yang ada di destinasi wisata tersebut. Program ini meliputi pembuatan spot-spot foto yang menarik, dimana tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengunjung, serta untuk memperbaiki dan mempercantik fasilitas yang sudah ada. Langkah-langkah yang diambil termasuk pembuatan spot foto baru, pemasangan plang nama wisata, pembuatan terowongan, papan kekinian, serta penyegaran pondok-pondok milik warga dengan proses pengecatan, serta penambahan jumlah tong sampah yang berguna sebagai fasilitas pendukung di destinasi wisata tersebut. Program ini dijalankan dengan mengikuti target-target dan tahapan yang telah direncanakan, untuk memastikan kelancaran pelaksanaannya sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Langkah terakhir adalah sebuah program yang telah direncanakan dan diterapkan sebagai bentuk interaksi sosial dengan penduduk desa setempat. Program ini disebut sebagai langkah terakhir karena pelaksanaannya dilakukan di tahap paling akhir. Kegiatan ini melibatkan seremoni pemotongan pita bersama kepala desa dan stafnya sebagai simbol penutup dari rangkaian program tersebut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Pengembangan Masyarakat

Upaya pengembangan destinasi wisata dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap fasilitas pariwisata yang ada di Desa Lawang Kajang. Beragam keuntungan dapat diraih dari pengembangan destinasi wisata ini, antara lain:

1. Peningkatan kemakmuran ekonomi dan sosial masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal yang ada.
2. Pelestarian dan promosi kekayaan budaya untuk kesejahteraan komunitas.
3. Merangsang kedatangan wisatawan dengan dampak positif bagi lingkungan dan penduduk setempat.

2. Solusi Pengembangan Masyarakat

1. Sosialisasi dengan Kepala Desa dan Masyarakat

Pada tahap awal ini, Ketua RT bertindak sebagai pendamping dalam kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Pertemuan ini merupakan wadah untuk berinteraksi antara tim pelaksana proyek dengan warga dan pejabat desa. Diskusi yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan secara rinci program kegiatan yang akan dilaksanakan oleh tim pelaksana, sehingga dapat menghindari terjadinya kesalahpahaman di kemudian hari. Selain itu, pada kesempatan ini juga dibuka ruang bagi masyarakat untuk memberikan masukan dan pertanyaan terkait program yang akan dilaksanakan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kerjasama yang baik antara semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan proyek tersebut.



Gambar 2. Sosialisasi Mengenai Program Kerja

2. Menentukan Lokasi Spot Foto

Setelah proses penyuluhan mengenai rencana kerja selesai dilakukan, langkah berikutnya adalah menetapkan lokasi untuk pembuatan spot-spot foto. Pemilihan lokasi harus dipertimbangkan dengan cermat agar dapat menarik minat pengunjung untuk berfoto di sana. Diskusi yang berlangsung bersama Ketua RT menghasilkan kesepakatan bahwa lokasi yang paling sesuai adalah di sekitar area jembatan. Lokasi ini dianggap strategis karena memberikan pemandangan yang menarik dan dapat menciptakan pengalaman berfoto yang unik bagi pengunjung. Selain itu, lokasi di atas jembatan juga memberikan kesempatan untuk memperlihatkan keindahan alam sekitar dan menciptakan suasana yang menarik bagi pengunjung. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang tepat menjadi langkah penting dalam memastikan keberhasilan program pengembangan destinasi wisata ini.



Gambar 3. Lokasi Spot Foto

3. Pengadaan Alat dan Bahan

Tahap akuisisi bahan dilakukan secara bertahap, disesuaikan dengan progres pekerjaan yang sedang berlangsung. Setiap pembelian harus dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan kecocokan dengan kebutuhan proyek dan meminimalkan pemborosan. Karena anggaran yang diperlukan cukup besar, maka penting untuk melakukan tahap ini dengan teliti dan efisien.

4. Membuat Plang Nama Wisata

Dalam pelaksanaan ini, kolaborasi melibatkan Ketua RT, Ketua BPD, dan warga lokal. Setelah berdiskusi dengan Kepala Desa, diputuskan bahwa nama yang cocok untuk destinasi ini adalah Wisata Pemancingan Lawang Kajang. Tim pelaksana dengan penuh semangat dan efisiensi langsung bergerak untuk membuat plang nama wisata tersebut. Dukungan dari banyak warga juga turut mempercepat jalannya proses pembuatan.



Gambar 4. Proses Pembuatan Plang Nama Wisata

5. Memperindah Fasilitas yang Sudah Ada

Beberapa papan yang telah usang diganti dengan yang baru dan dihias dengan kalimat-kalimat menarik. Papan-papan ini menjadi objek menarik untuk berfoto karena tampilannya yang estetik dengan tulisan yang kreatif. Ide ini muncul secara tiba-tiba ketika tersisa beberapa papan untuk membuat plang, tim pelaksana dengan cepat memanfaatkannya untuk membuat plang dengan pesan-pesan yang menginspirasi.



Gambar 5. Papan Bertulisan Kata-kata

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini sebagai berikut:

1. Diperlukan sinergi antara pihak terkait, termasuk pemerintah desa, masyarakat lokal, dan pihak swasta, untuk mendukung pengembangan obyek wisata secara holistik dan berkelanjutan.
2. Edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya lokal perlu terus ditingkatkan sebagai bagian dari upaya menjaga keberlanjutan obyek wisata.
3. Monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan obyek wisata sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi pengembangan yang telah dilakukan dan mengidentifikasi potensi perbaikan di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan apresiasi yang besar kepada semua penduduk Desa Lawang Kajang atas keramahan dan bimbingan yang telah diberikan kepada kami selama pelaksanaan KKN. Terima kasih yang tak terhingga juga kami sampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan kami yang telah memberikan arahan dan dukungan yang berharga selama periode KKN kami. Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan sejawat kami di Kelompok 67 yang telah berjuang bersama kami dalam memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidi F, and Ramadhani, N.2012. Perancangan Website Promosi Wisata Jawa Timur dengan Konsep teh Guide to do the Bold Diversity, Jurnal Teknik POMITS, 13(13), pp.1-5.
- Abas Mohamad Ilyas dan Syahrial. (2017). SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS TEMPAT WISATA. ISSN : 2597 - 4696.
- Agus Purnomo, 2018. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kabupaten Karanganyar. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dwijendra, N. K. A. (2018). Eco Tourism Opsi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Wilayah Bali Tengah. Senada, 1(1), 393–402. <https://eprosiding.stdbali.ac.id/index.php/senada/article/view/81>
- Edy Sutrisno. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM dan Pariwisata. Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia. Vol. 9. No. 1, hal 167-185.
- Hamuna, B., & Tanjung, R. H. R. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangann Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Landsat Multitemporal di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah Baigo. Majalah Geografi Indonesia, 32(2), 115.<https://doi.org/10.22146/mgi.33755>.
- Hekmatyar Versanudin. (2021).Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Sosial di Desa Pejambon, Sumberrejo, Bojonegoro, Jawa Timur . Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam. Volume 6 Issue 2, hal 156-166.
- Jaenab , Huda Nurul, Fiqkin Muhammad Ahlul.(2021). Pengembangan Daya Tarik Objek Wisata Oi Fanda Kecamatan Ambalawi Kabupaten Bima. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Cahaya Mandalika (Abdimandalika), Vol. 2 No. 1.
- Salambue, at. al, (2020). Pengembangan daya tarik objek wisata teluk jering kecamatan tambang kabupaten kampar. Jurnal pengabdian masyarakat multidisiplin Vol. 4 No. 1. Hal. 9-17.
- Sujud, A., & Ivan, M. (2022). Pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan perekonomian daerah di provinsi Kalimantan Tengah. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 7(1), 49 - 56. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i1.343>.
- Sri Widari, D. A. D. (2020). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoretis Dan Empiris. Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 1(1), 1–11.<https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.12>.
- Wicaksono M. Arif. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. JOM FISIP Vol. 4 No. 2, hal 1-13.