

# Eksistensi Dendang Melayu sebagai Kawasan Wisata Kota Batam

Karol Teovani Lodan \*, Ulima Harma

Universitas Putera Batam, Batam

\* karol@puterabatam.ac.id

## Abstract

*The purpose of this study is to see how far the existence of Dendang Melayu area reviewed in terms of: facilities, attraction, transportation and institutions. The type of research used is descriptive research with a qualitative approach. This study is used qualitative data analysis and followed the concepts of Miles and Huberman known as interactive models through several stages, namely data reduction, data presentation and conclusion withdrawal. The results of the research showed that the existence of the Dendang Melayu area as a tourist object in Batam City based on its management had changed even though there were still some problems. The Dendang Melayu area has been supported by transportation facilities, institutions, attractions and facilities. But a number of things that need to be improved are facilities and attractions which are not only depends on nature but also other modifications. Tourist presence was the process of enjoying the products offered by a destination. When tourists visit the Dendang Melayu area, at the same time it will also require of transportation services, facilities, foods, souvenirs, informations, events or activities. Tourists are not just looking for holiday, but certainly also demand the quality paid. Thus the existence of the Dendang Melayu area is much depends on a combination of management between attraction, transportation, facilities and institutions.*

**Keywords:** *Dendang Melayu; Tourism; Amenities; Attractiveness; Institutional; Transportation.*

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana eksistensi kawasan Dendang Melayu yang ditinjau pada aspek: fasilitas, daya tarik, transportasi dan kelembagaan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini digunakan analisis data kualitatif dan mengikuti konsep Miles dan Huberman yang dikenal dengan model interaktif melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan eksistensi kawasan Dendang Melayu sebagai Objek Wisata Kota Batam dilihat dari pengelolaannya telah mengalami perubahan walaupun masih ditemukan beberapa masalah. Kawasan Dendang Melayu telah didukung oleh sarana transportasi, kelembagaan, daya tarik dan fasilitas. Namun beberapa hal yang masih harus diperbaiki adalah fasilitas dan daya tarik yang tidak hanya bergantung pada alam saja melainkan modifikasi lainnya. Kehadiran wisatawan merupakan proses menikmati produk yang ditawarkan oleh sebuah destinasi. Ketika wisatawan mengunjungi Kawasan Dendang Melayu, disaat bersamaan juga akan membutuhkan pelayanan transportasi, fasilitas, makanan, souvenir, informasi, acara atau kegiatan dan sebagainya. Para wisatawan tidak hanya mencari kesenangan liburan semata, tetapi tentu juga menuntut kualitas dari apa yang mereka bayarkan. Dengan demikian eksistensi kawasan Dendang Melayu sangat bergantung pada kombinasi pengelolaan antara daya tarik, transportasi, fasilitas dan kelembagaan.

**Kata Kunci:** *Dendang Melayu; Wisatawan; Fasilitas; Daya Tarik; Kelembagaan; Transportasi.*

## 1. Pendahuluan

Dalam implementasi kebijakan desentralisasi, pemerintah daerah telah diberikan kewenangan yang besar untuk dapat melakukan inovasi pembangunan dan kemampuan untuk dapat melihat potensi daerah sehingga dapat dimaksimalkan sebagai hasil karya pembangunan di daerah.

Keragaman karakteristik, lingkungan dan potensi daerah yang ada di Indonesia menjadikan kebijakan otonomi daerah telah menyediakan "arena" bagi pemerintah daerah untuk berlomba memajukan pembangunan. Sumber daya alam merupakan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah, meliputi pertanian, perikanan, pertambangan,

pariwisata, industri dan lain sebagainya. Pariwisata saat ini telah menjadi komoditas sudah diakui sebagai industri terbesar dan telah menjadi bisnis modern. Menurut UNWTO (Bungin, 2015:20), "hari ini, jumlah transaksi pariwisata sama atau juga melebihi ekspor minyak, produk makanan atau mobil. Di banyak negara, pariwisata telah banyak membantu atau mendorong peningkatan sektor ekonomi. Kondisi ini telah mengubah sektor pariwisata menjadi pendorong utama bagi peningkatan kehidupan ekonomi suatu daerah atau negara.

Melihat berkembangnya sektor pariwisata, beberapa daerah di Indonesia telah berupaya memanfaatkan potensi yang dimiliki. Banyuwangi memperoleh predikat tertinggi dalam bidang pariwisata pada tingkat Asia Tenggara yakni ASEAN Tourism Standard Award. Selain itu, UNWTO selaku badan pariwisata Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah memberikan penghargaan dengan menobatkan Banyuwangi sebagai daerah dengan inovasi kebijakan pariwisata terbaik di dunia pada tahun 2016. Tingkat kunjungan wisatawan domestik ke Banyuwangi juga mengalami peningkatan dari 497.000 di tahun 2010 dan menjadi 4,01 juta di tahun 2017. Adapun kunjungan wisatawan mancanegara, pada tahun 2010 berjumlah 5.205 orang meningkat menjadi 91.000 orang pada di 2017, serta berdampak pada pendapatan devisa Rp 546 miliar, berdasarkan perhitungan Kementerian Pariwisata. Di sisi lain yang tak kalah penting, pendapatan per kapita naik menjadi dua kali lipat dari tahun 2010 sebesar Rp. 20,8 juta menjadi Rp 41,6 juta per orang di tahun 2017. Walaupun kenaikan tersebut tidak hanya dari sektor pariwisata, namun peningkatan pariwisata di Banyuwangi selaras dengan *income* perkapita (Adiakurnia, 2018:1).

Kota Batam yang berada di Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu pintu masuk Indonesia sebelah barat. Posisi Kota Batam sangat strategis yaitu berbatasan dengan negara tetangga yakni Singapura dan Malaysia. Kota Batam merupakan daerah yang dikelilingi lautan dan terdiri dari beberapa pulau sehingga memiliki potensi kemaritiman yang besar salah satunya melalui sektor wisata bahari. Salah satu wisata bahari yang ada di Kota Batam adalah Dendang Melayu. Dendang Melayu merupakan objek wisata yang terletak di kawasan Jembatan I Bareleng yang merupakan *Landmark* Kota Batam. Sebagai pendukung pengembangan Jembatan Bareleng sebagai icon wisata di kota Batam, penataan Taman Dendang Melayu merupakan salah satu upaya untuk mendukung perkembangan dan kemajuan sektor wisata Batam. Dendang Melayu ramai dikunjungi wisatawan lokal pada akhir pekan. Di Kawasan

tersebut, dilengkapi dengan pematangan Jembatan 1 Bareleng dan pemandangan laut sehingga memiliki spot yang bagus untuk berfoto. Selain wisatawan lokal, objek wisata Dendang Melayu juga sering dikunjungi oleh para wisatawan mancanegara dari Malaysia, Singapura dan lain-lain melalui jasa perantara yaitu agen perjalanan (*travel*). Namun sayangnya, objek wisata ini sekalipun disukai oleh wisatawan namun sekaligus dikeluhkan oleh karena beberapa hal pelayanan. Keluhan ini disampaikan oleh para wisatawan terkait toilet, sarana prasana dan pengelolaan lainnya. Adapun yang menjadi keluhan meliputi sarana dan prasarana di kawasan Dendang Melayu masih jauh dari nyaman. Selain karena fasilitas toilet yang rusak dan bau, di tempat itu juga tak disediakan sarana yang memadai untuk penyandang disabilitas, pelayanan tiket masuk yang kurang maksimal, serta pengelolaan tempat wisata yang belum baik (Batampos.co.id, 2018). Perlu untuk diketahui bahwa Kota Batam menempati urutan ke 3 dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak setelah Bali dan Jakarta. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Batam sebanyak 1, 5 juta jiwa (RPJMD Kota Batam, 2016:15). Melihat angka kunjungan wisatawan yang sebanyak itu, tentu Kota Batam telah memiliki peluang besar untuk dapat mengembangkan sektor pariwisata yang ada. Dengan demikian, keberadaan objek wisata Dendang Melayu akan sangat mendukung ekosistem pariwisata di Batam jika mampu dikelola dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana pengelolaan kawasan Dendang Melayu yang ditinjau pada aspek: fasilitas, daya tarik, transportasi dan kelembagaan.

## 2. Kajian Literatur

### Pariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, menyajikan beberapa pengertian antara lain adalah:

- (1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- (2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- (3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- (4) Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan

nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

- (5) Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Selanjutnya definisi pariwisata di Indonesia menurut Yoeti (Utama, 2014:16), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila : (1) perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, diluar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal; (2) tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya; (3) semata-mata sebagai konsumen ditempat yang dikunjungi. Pariwisata adalah sebuah produk kesatuan totalitas dari empat aspek dasar. Menurut Medik (Utama, 2014:5), ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran produk pariwisata sebagai sebuah totalitas produk, yakni :

- (1) *Attractions* (daya tarik); tersedianya daya tarik pada daerah tujuan wisata atau destinasi untuk menarik wisatawan, yang mungkin berupa daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.
- (2) *Accessability* (transportasi); tersedianya alat-alat transportasi agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata.
- (3) *Amenities* (Fasilitas); tersedianya fasilitas utama maupun pendukung pada sebuah destinasi berupa akomodasi, restoran, fasilitas penukaran valas, pusat oleh-oleh dan fasilitas pendukung lainnya yang berhubungan aktivitas wisatawan pada sebuah destinasi.
- (4) *Ancillary* (Kelembagaan); adanya kelembagaan penyelenggaraan perjalanan wisatawan sehingga wisatawan dapat berlangsung, aspek ini dapat berupa, pemandu wisata, biro, perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang destinasi.

Menurut Țițu, Mihail Aurel; Răuleaa, Andreea Simina; Țițu, (2016:295) dalam jurnal *Measuring Service Quality in Tourism Industry*, disebutkan meningkatkan peran dan persaingan pariwisata meliputi:

- (1) Produk Pariwisata
- (2) Keunggulan Kompetitif
- (3) Apa yang dibutuhkan oleh wisatawan

### Destinasi Wisata

Dredge and Jenkins (Youcheng and Abraham, 2011:3) mendefinisikan destinasi sebagai lokasi tempat seseorang melakukan perjalanan yang berbeda dari tempat tinggal asal mereka. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Menurut Poon (Richard, 2005 : 21) sifat permintaan pariwisata dalam beberapa tahun terakhir mengalami transformasi yang signifikan dan dimanifestasikan dengan munculnya apa yang disebut "Turis Baru", tidak hanya mencari alternatif untuk matahari, laut, pasir, tradisional, mencari kesenangan liburan semata, tetapi tentu juga menuntut kualitas dari apa yang mereka bayarkan. Kandampully (Richardson & Fluker, 2004), turis telah menjadi lebih berpengalaman dan canggih, mereka tidak lagi bersedia "berkompromi dengan layanan biasa-biasa saja". Oleh karena itu pariwisata harus bisa menyajikan pengalaman yang berkesan atau menarik. Pengalaman pariwisata tersebut dalam bentuk elemen yang tidak berwujud dan berwujud seperti yang diungkapkan oleh Middleton (Pender & Sharpley, 2005). Elemen pengalaman pariwisata meliputi: antisipasi, realisasi harapan, kemudahan akses / perjalanan pulang, kualitas akomodasi, pasokan fasilitas, peluang untuk kegiatan, kontak dengan penduduk setempat, kontak dengan wisatawan lain, cuaca, Harga / biaya / nilai untuk uang, dan kenangan.

### Penelitian Terdahulu

- (1) Aini, Hurul; Yuliani, (2015), Strategi Pengembangan Objek Wisata Unggulan Hapanasan Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rokan Hulu. Hasil Penelitian menunjukkan pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata unggulan Hapanasan sudah dijalankan, namun masih belum optimal. Dibutuhkan banyak pengembangan lagi untuk meningkatkan dan mempopulerkan objek wisata unggulan Hapanasan. Seperti meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana dengan melakukan pemeliharaan rutin terhadap asset yang dimiliki agar tidak terbengkalai serta pengelolaannya, meningkatkan partisipasi masyarakat dengan melakukan pelatihan dan pembinaan tentang sadar wisata dan

sapata pesona, meningkatkan koordinasi lintas sektoral dalam mendukung penyediaan infrastruktur untuk objek wisata unggulan Hapanasan.

- (2) Primadany, (2013), Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk dalam mengembangkan potensi pariwisata daerahnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan, Empat objek wisata yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah meliputi: tiga objek wisata alam dan satu objek wisata buatan, yaitu objek wisata Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro Kuning, Goa Margotresno, dan objek wisata buatan Taman Rekreasi Anjuk Ladang. Keempat objek wisata tersebut masing-masing mempunyai daya tarik tersendiri, akan tetapi pemerintah daerah Kabupaten Nganjuk masih kurang optimal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki di tiap-tiap objek wisata tersebut karena terhalang dengan dana yang terbatas, sedangkan objek wisata yang perlu perbaikan dan pengembangan banyak.
- (3) ȚiȚua, Mihail Aurel; Răuleaa, Andreea Simina; ȚiȚu, (2016), Mengukur Kualitas Layanan di Industri Pariwisata. Dengan meningkatnya peran pariwisata dalam ekonomi global dan meningkatnya persaingan di pasar pariwisata global, pentingnya mengembangkan produk-produk pariwisata yang berkualitas telah diakui oleh sektor pariwisata publik dan swasta. Untuk mengembangkan pariwisata yang berkualitas, organisasi perlu mengetahui apa keunggulan kompetitif mereka dan kemampuan apa yang mereka butuhkan untuk tumbuh dan mempertahankan. Tujuan dari makalah ini adalah untuk menganalisis kepuasan pelanggan di kawasan pariwisata untuk menekankan perlunya kualitas yang lebih baik dan layanan inovatif.
- (4) Martíneza, R. M., Galvánb, M.O., & Lafuentec, A.M.G. (2014). Public Policies and Tourism Marketing (An Analysis of The Competitiveness on Tourism in Morelia, Mexico and Alcalá de Henares, Spain). Kebijakan publik dan pemasaran pariwisata secara teori, sebagai faktor penentu daya saing dalam pariwisata dan artikel ini menyajikan hasil studi lapangan di kota Morelia, Meksiko dan Alcalá de Henares,

Spanyol. Kota-kota tersebut adalah tujuan wisata kelas dunia karena nilai sejarah dan budaya mereka diakui sebagai Situs Warisan Dunia oleh UNESCO. Melalui penciptaan kebijakan publik, produk pariwisata dari daerah tujuan wisata yang diberikan dapat ditingkatkan melalui tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kondisi situs dan dengan demikian akan dapat meningkatkan daya saing mereka. Oleh karena itu, untuk itu perlu dipahami faktor-faktor yang menentukan daya saing pariwisata di tujuan wisata di kota-kota ini agar dapat mengelolanya dengan baik.

- (5) Szpilko, D. (2015). The Future of Tourism Development in the Podlaskie Voivodeship Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian berikut: Tindakan apa yang harus diambil untuk mendorong pengembangan pariwisata di Podlaskie Voivodeship? Kapan waktu yang tepat tindakan tersebut harus dilakukan? Hasil penelitian juga menunjukkan kurangnya kepentingan strategis, tentang perlunya keterlibatan investor asing dalam pembiayaan pembangunan investasi pariwisata di wilayah tersebut untuk pengembangan pariwisata. Sedangkan dalam kasus pembangunan bandara di kawasan ini, yang akan memberikan dorongan untuk lalu lintas wisatawan, meskipun indikasi signifikansinya tinggi untuk pengembangan pariwisata, itu tidak akan pernah terwujud.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, ada yang disebut dengan batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus yang berisi pokok masalah (Sugiyono, 2016 : 207). Pengelolaan kawasan Dendang Melayu yang ditinjau pada aspek: fasilitas, daya tarik, transportasi dan kelembagaan. Lokasi penelitian ini adalah di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam dan Kawasan Dendang Melayu. Adapun informan dalam penelitian meliputi : Rishi Karnandi, S.STP (Kabid Sarana Objek Wisata), Pak Saban Buchari, S.Pd (Kasi Sarana Wisata), I Wayan Thariqy KP, MM.Par (akademisi BTP) Bapak Oni Bin Sirun, Bapak Razali Kurniawan dan Ibu Ju (petugas di Dendang Melayu). Dalam penelitian ini digunakan analisis data kualitatif dan mengikuti konsep Miles dan Huberman yang dikenal dengan model interaktif (Sugiyono, 2008 : 246), melalui beberapa tahap yaitu reduksi data,

penyajian data dan penarikan kesimpulan /verifikasi.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### Hasil Penelitian

Eksistensi Dendang Melayu sebagai kawasan wisata Kota Batam dapat ditinjau dari 4 hal sebagai sebuah produk pariwisata. Pertama, *Attractions* (daya tarik) yang berupa adanya daya tarik pada destinasi untuk menarik minat para wisatawan. Kawasan Dendang Melayu merupakan salah satu objek wisata yang dimiliki Kota Batam dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung atau wisatawan. Pemerintah Kota Batam juga cukup jeli dalam “menjual” kawasan ini melalui even Tour de Bareleng, Selain itu, sudah dibangun wisata baru dibawah Dendang Melayu yang dinamakan Tanjung Penarik guna menarik kunjungan wisatawan. Selain itu, pengunjung bisa memanfaatkan spot untuk berfoto dengan mengabadikan *landmark* Kota Batam yaitu Jembatan 1 Bareleng, pemandangan laut dan pulau-pulau sekitar.

Kedua, *accessability* (transportasi), terdapat sarana transportasi yang digunakan wisatawan dalam menjangkau lokasi wisata. Wisatawan yang berkunjung ke kawasan Dendang Melayu dapat menggunakan transportasi jalur darat. Wisatawan lokal umumnya menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat termasuk grab maupun go-car. Sedangkan wisatawan mancanegara lebih banyak menggunakan bus travel. Selain itu untuk menjangkau kawasan wisata ini dapat pula dijangkau oleh trans Batam, namun transportasi umum tersebut hanya digunakan oleh masyarakat setempat untuk keperluan lain. Hal ini juga karena trans Batam tidak terlalu sering (waktu) melayani penumpang dan jumlahnya terbatas. Akses jalan menuju ke Kawasan Dendang Melayu juga sangat baik dimana jalan beraspal dan tidak ada kerusakan yang berarti.

Ketiga, *Amenities* (fasilitas); tersedianya fasilitas utama maupun pendukung pada sebuah destinasi. Adapun fasilitas tersebut terdiri panggung terbuka, musholla, toilet, fasilitas parkir, tempat sampah, maupun kios-kios menyediakan berbagai makanan ringan dan minuman dingin. Sehingga pengunjung bisa membeli jagung bakar sambil duduk menikmati pemandangan. Namun fasilitas tersebut masih ditemukan kendala seperti toilet yang bau, rusak dan fasilitas yang ada masih terkesan biasa-biasa saja.

Keempat, *Ancillary* (kelembagaan); adanya kelembagaan penyelenggaraan perjalanan wisatawan sehingga wisatawan dapat berlangsung. Secara kelembagaan telah tersedia travel atau agen yang menyediakan

perjalanan pulang-pergi ke Dendang Melayu. Biro wisata atau agen travel yang banyak digunakan seperti Eco Travel, Indofast Travel dan lain sebagainya.

##### Pembahasan

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, Peraturan Walikota Batam Nomor 28 Tahun 2016 Tentang SOTK dan Peraturan Walikota Batam Nomor 58 Tahun 2015 Tentang Uraian Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi Perangkat Daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan daerah di bidang kebudayaan dan pariwisata serta fungsi dinas sebagai perumusan kebijakan teknis, penyelenggaraan, pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dengan demikian menjadi sangat penting bagi dinas terkait dalam menyusun kebijakan atau program kedepan dengan melihat realitas yang terjadi di lapangan.

Eksistensi Kawasan Dendang Melayu sangat bergantung pada pengelolaan kombinasi antara daya tarik, transportasi, fasilitas dan kelembagaan. Kehadiran wisatawan merupakan proses menikmati produk yang ditawarkan oleh sebuah destinasi. Ketika wisatawan mengunjungi Kawasan Dendang Melayu, disaat bersamaan juga akan membutuhkan pelayanan transportasi, fasilitas, makanan, souvenir, informasi, acara atau kegiatan dan sebagainya. Para wisatawan tidak hanya mencari kesenangan liburan semata, tetapi tentu juga menuntut kualitas dari apa yang mereka bayarkan. Kandampully (Richardson & Fluker, 2004) telah menyampaikan perihal kondisi turis saat ini, dimana lebih berpengalaman dan canggih. Turis tidak lagi mau dengan layanan yang biasa saja. Oleh karena itu pariwisata harus bisa menyajikan pengalaman yang berkesan atau menarik. Maka dari itu dalam proses pengelolaannya perlu dilakukan melalui kebijakan yang mampu mengakomodir tuntutan tersebut serta kekuatan (sumber daya dan produk) yang dimiliki sehingga mampu merancang perencanaan yang optimal.

Sesuai dengan hasil penelitian ȚiȚu, Mihail Aurel; Răuleaa, Andreea Simina; ȚiȚu, (2016:295) dalam jurnal *Measuring Service Quality in Tourism Industry*, disebutkan bahwa untuk meningkatkan peran dan persaingan pariwisata paling tidak ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu produk pariwisata, Keunggulan Kompetitif dan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Pengembangan produk pariwisata memiliki nilai penting dalam rangka menjaga persaingan. Dinas terkait

harus mampu mengetahui keunggulan produk pariwisata, mengembangkan dan mempertahankannya.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Eksistensi Kawasan Dendang Melayu sebagai Objek Wisata Kota Batam dilihat dari pengelolaannya telah mengalami perubahan walaupun masih ditemukan beberapa masalah. Kawasan Dendang Melayu telah didukung oleh sarana transportasi, kelembagaan, daya tarik dan fasilitas. Namun beberapa hal yang masih harus diperbaiki adalah daya tarik yang tidak hanya bergantung pada alam saja melainkan modifikasi lainnya. Selain itu, beberapa fasilitas juga masih memiliki kekurangan seperti belum adanya fasilitas bagi kaum disabilitas, toilet yang bau dan rusak. Para wisatawan tidak hanya mencari kesenangan liburan semata, tetapi tentu juga menuntut kualitas dari apa yang mereka bayarkan. Maka dari itu dalam proses pengelolaannya perlu dilakukan kebijakan yang mampu mengakomodir tuntutan tersebut serta kekuatan (sumber daya dan produk) yang dimiliki sehingga mampu merancang perencanaan yang optimal.

### Saran

- (1) Adanya fasilitasi bagi penyandang disabilitas.
- (2) Pemeliharaan terhadap toilet agar tidak bau dan rusak secara berkala.
- (3) Tambahan daya tarik lainnya seperti istana bawah laut, gua insectariums, space shuttle, tembak ikan, rumah kaca, event budaya dan event lainnya.
- (4) Penyewaan perahu harus pula dilengkapi standar keamanan seperti baju pelampung dan lain-lain.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Putera Batam yang telah mendanai penelitian ini melalui Program Penelitian Unggulan Prodi Studi melalui LPPM. Terima kasih juga disampaikan kepada para informan, rekan-rekan dosen dan mahasiswa yang membantu penyelesaian laporan penelitian.

### Daftar Pustaka

- Adiakurnia, M. I. (2018). Mengintip Dampak Ekonomi yang Dirasakan Banyuwangi dari Pariwisata. *Travel Kompas*. Jakarta. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2018/02/02/101700327/mengintip-dampak-ekonomi-yang-dirasakan-banyuwangi-dari-pariwisata>
- Aini, Hurul; Yuliani, F. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Unggulan Hapanasan Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Rokan Hulu. *JOM*, 2, 1–10. Retrieved from

- <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5036/4918>
- Batampos.co.id. (2018). Dendang Melayu Disukai Sekaligus Dikeluhkan. *Batampos.co.id*. Batam. Retrieved from <https://batampos.co.id/2018/12/28/dendang-melayu-disukai-sekaligus-dikeluhkan/>. Diakses pada tanggal 30 Januari 2019
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran dan Brand Destinasi)*. Jakarta: Kencana
- Martínez, R. M., Galván, M.O., & Lafuentec, A.M.G. (2014). Public Policies and Tourism Marketing (An Analysis of The Competitiveness on Tourism in Morelia, Mexico and Alcala de Henares, Spain). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 146-152. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.028>
- Pender, L., & Sharpley, R. (2005). *The Management of Tourism*. London, England: Sage Publications.
- Primadany, S. R. M. R. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1, 135–143. Retrieved from <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/126>
- Richardson, J. I., & Fluker, M. (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Australia: Pearson Education Australia
- Szpilkoa, D. (2015). The Future of Tourism Development in the Podlaskie Voivodeship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 977-984. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.514>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Țițu, Mihail Aurel; Răuleaa, Andreea Simina; Țițu, Ștefan. (2016). Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 294 – 301. <https://doi.org/doi:10.1016/j.sbspro.2016.05.118>
- Utama, I. G. B. R. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish
- Youcheng, W., & Pizam, A. (2011). *Destination Marketing and Destination marketing and management: theories and applications*. England: CABI