

**PENGEMBANGAN FESTIVAL SEBAGAI DAYA TARIK
PARIWISATA
(Studi Kasus Pada Pekan Kebudayaan Aceh)**



Oleh :

T. Zulfajri
1620109420

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER TATA KELOLA SENI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019**

PENGEMBANGAN FESTIVAL SEBAGAI DAYA TARIK PARIWISATA (Studi Kasus Pada Pekan Kebudayaan Aceh)

T. Zulfajri
Tejo.aceh@gmail.com

ABSTRAK

Pekan Kebudayaan Aceh (PKA) adalah sebuah festival kebudayaan yang diadakan setiap empat tahun sekali. Kegiatan ini diselenggarakan pertama sekali pada tahun 1958 dan menghimpun seluruh etnis di Aceh dari 23 kabupaten/kota dan sekarang tercatat sudah dilaksanakan sebanyak 7 kali. Kegiatan ini bertujuan untuk melestarikan budaya Aceh dan berimplikasi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat dan peningkatan industri pariwisata Aceh. Menghadapi industri pariwisata yang semakin berkembang pesat, PKA dipandang perlu melakukan pengembangan agar dapat menarik minat wisatawan di tengah industri pariwisata yang terus bersaing di semua daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ruang-ruang yang dapat diberdayakan untuk pengembangan PKA agar dapat mendongkrak citra positif pariwisata Aceh.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik wawancara mendalam terhadap 3 narasumber penyelenggara dan pemilik anggaran dari pihak pemerintah, 1 narasumber dari konseptor PKA, 1 narasumber yang ikut mengelola kegiatan, 1 narasumber dari pihak organisasi pariwisata, dan 1 orang dari peserta. Metode pengembangan festival yang ditawarkan mengacu pada salah satu metode pengembangan kegiatan pariwisata Donald Getz yaitu mengkreasikan tema dan membangun citra positif.

Temuan dari penelitian ini adalah melakukan pengembangan berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal dari kegiatan PKA. Faktor-faktor internal yang dapat dikelola untuk mengembangkan PKA adalah: (1) Aceh memiliki tenaga profesional bidang pengelolaan festival budaya, (2) lokasi kegiatan dan lokasi-lokasi baru yang potensial, (3) memiliki peluang yang besar untuk membangun *brand* PKA, (4) peningkatan pemahaman kepariwisataan kepada masyarakat. Sedangkan faktor eksternal yang mendukung untuk pengembangan PKA adalah: (1) potensi pasar baru sebagai target pengembangan PKA, (2) perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat efektif untuk membantu pengembangan pemasaran PKA.

Selain fokus pada pengembangan kegiatan, promosi juga menjadi hal penting untuk pengembangan festival, karena dalam kegiatan pariwisata, pengembangan dan pemasaran merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan harus berjalan seiring.

Kata kunci: *PKA, Pengembangan, Festival Budaya, Kegiatan Pariwisata.*

ABSTRACT

Pekan Kebudayaan Aceh (PKA) is a cultural festival held every four years. The event was held the first time in 1958 and brings together all ethnic groups in Aceh from 23 districts / cities and is now recorded 7 times. This activity aims to preserve the culture of Aceh and has implications for the economic growth of the community and the improvement of Aceh's tourism industry. Facing the tourism industry that is growing rapidly, the PKA is deemed necessary to develop in order to attract tourists in the middle of the tourism industry which continues to compete in all regions. The purpose of this study is to discuss the spaces that can be empowered for the development of PKA in order to be able to increase the positive image of Aceh tourism.

This study uses a qualitative method through the techniques of profound interviews against three promoters and government (the part of budgeting), one source from PKA conceptors, one source who contribute to the activities, one source from the tourism organization, and one person from the participant. The methods of development the festival refers to one of the development methods of the tourist activities of Donald Getz to create a theme and build a positive image.

The findings of this study are developed based on internal and external factors of PKA activities. Internal factors that can be managed to develop PKA activities are: 1. Aceh has a professional culture management festival. 2. Location of activities and potential new locations. 3. Has a great opportunity to build a PKA brand. 4. Increasing understanding of tourism to the community. While external factors that support the development of PKA activities are: 1. Potential new markets as targets for development of PKA. 2. The development of information and communication technology that is very effective to assist the development of PKA marketing.

Besides focus on development activities, promotion is also the part important to development of the festival, because in tourism, development and marketing are two things that cannot be separated and have to go along.

Keywords: *PKA, Development, Cultural Festival, Tourism Activities*

Pendahuluan

Saat ini kegiatan mempertunjukkan produk budaya dalam bentuk festival menjadi salah satu produk wisata yang tidak kalah menarik daripada destinasi wisata lainnya, seperti wisata alam, wisata religi, dan sebagainya. Karena kekayaan seni budaya daerah memiliki nilai dan keunikan tersendiri yang menarik untuk dikunjungi, tidak hanya untuk dinikmati sebagai hiburan, tetapi bisa juga menjadi pengalaman estetik dan

ruang edukasi bagi setiap orang yang ingin mempelajari seni dan kebudayaan suatu daerah tertentu.

Kondisi itu dimanfaatkan oleh daerah-daerah di Indonesia untuk menjadikan kekayaan seni budaya daerahnya sebagai sebuah daya tarik pariwisata dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan. Tidak terkecuali Aceh, daerah yang memiliki ragam seni budaya juga mempunyai sebuah festival budaya yang menarik untuk dinikmati, yaitu Pekan Kebudayaan Aceh (PKA). Meskipun PKA belum dapat disandingkan dengan festival-festival lain yang sudah lebih dikenal dengan nama besarnya, Akan tetapi PKA memiliki keunikan sendiri yang tidak dimiliki festival-festival di daerah lain.

Pekan Kebudayaan Aceh merupakan festival seni budaya yang menghimpun seluruh suku, wilayah, dan seluruh lapisan masyarakat dari 23 kabupaten/kota di Aceh, untuk mempertunjukkan segala bentuk atraksi seni budaya, adat istiadat, permainan rakyat, pameran benda-benda sejarah, dan promosi berbagai destinasi wisata dari daerah masing-masing. Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh tahun 2014 menyebutkan ada 10 etnis di provinsi Aceh yaitu: etnis Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Simeulu, Singkil, Jawa, dan Tapanuli Utara. Berdasarkan jumlah dan penyebaran suku tersebut, festival ini menjadi satu-satunya kegiatan yang dapat merepresentasikan Aceh secara keseluruhan. PKA ini bisa menjadi pilihan bagi wisatawan. pasalnya, PKA yang diadakan hanya empat tahun sekali ini mempertunjukkan seluruh atraksi seni budaya dari seluruh suku atau etnis yang

menempati wilayah Aceh bahkan kesenian-kesenian yang sudah langka dan hampir punah dipertunjukkan dalam PKA.

Sebagai festival budaya, PKA berpotensi menjadi kegiatan pariwisata jika berpijak pada konsep pariwisata yang diungkapkan oleh Yoeti (dalam Dewiyanti dkk, 2017: 240) bahwa konsep kegiatan wisata ada tiga faktor, yaitu: 1) Sesuatu yang dapat dilihat; terkait dengan atraksi di lokasi tujuan wisata. 2) Sesuatu yang dapat dilakukan; terkait dengan aktivitas di lokasi wisata. 3) Sesuatu yang dapat dibeli; wisatawan dapat membeli souvenir yang menjadi kekhasan masyarakat Aceh dan juga kuliner yang disediakan. Pekan Kebudayaan Aceh menyediakan ketiga komponen tersebut.

Potensi lain sebagai produk wisata yang dikemas dalam sebuah festival, PKA juga melibatkan banyak seniman, pemangku kepentingan dan masyarakat dalam penyelenggaraan kegiatannya, dan diharapkan mampu mendukung terciptanya dua keuntungan sekaligus secara berimbang seperti yang diungkapkan oleh Purwanto dalam Yoeti (2016: 238). Pertama, keuntungan bagi penduduk lokal untuk terlibat dalam usaha wisata guna memperoleh penghasilan, dan bagi wisatawan untuk memperoleh kepuasan. Kedua, pelestarian terhadap aset wisata yang dimiliki. Penyelenggaraan PKA memenuhi dua unsur tersebut.

Meskipun dalam perjalanan dan praktiknya memiliki potensi yang mendukung sebagai daya tarik pariwisata, akan tetapi masih terdapat beberapa hal yang dianggap lemah dalam pelaksanaan PKA selama ini. *Pertama* adalah frekuensi waktu pelaksanaan, merujuk pada karakteristik kegiatan pariwisata Getz (1991:45), bahwa idealnya sebuah kegiatan wisata seharusnya terjadi dalam jangka waktu setahun atau

kurang, sementara PKA diadakan empat tahun sekali. *Kedua* adalah menyangkut minimnya keterlibatan pelaku seni dan budaya. *Ketiga*, terkait dengan tata kelola sektor pendukung meliputi: a) *Pemandu*, para pemandu di anjungan atau ruang pameran yang tidak profesional dan proporsional. b) *Promosi*, tidak optimalnya waktu dan media promosi PKA. c) *Lokasi*, kesulitan akses menuju lokasi karena kemacetan dan ramainya pengunjung ditambah dengan pedagang yang tidak berjualan pada tempatnya menimbulkan opini-opini negatif dari pengunjung sehingga PKA dianggap kurang maksimal dalam penataan ruang dan kesiapan panitia. Ini membuktikan bahwa semua sektor pendukung harus diperhatikan dalam sebuah kegiatan pariwisata karena akan berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan pengunjung atau wisatawan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis melihat persoalan yang mendasar di sini terkait pengelolaan yang mengarah pada pengembangan kegiatan. Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk menemukan pendekatan pengembangan PKA sebagai kegiatan pariwisata dan menemukan ruang kemungkinan pengembangan berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang memiliki daya tarik dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan ke Aceh. Hal ini juga sesuai dengan apa yang disebutkan oleh Youti dalam Jaksana dkk (2015: 2) bahwa industri pariwisata budaya adalah jenis wisata yang menumbuhkan motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan, terutama karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah tentang pengembangan yang mengacu pada faktor internal dan eksternal dari

kegiatan PKA. Untuk meneliti pengembangan kegiatan PKA ini, penulis berpijak pada konsep pengembangan kegiatan pariwisata yang diteorikan oleh Donald Getz (1991:181). Dalam teorinya ada empat konsep yang digagas Getz, salah satunya adalah mengkreasikan tema dan membangun citra positif. Menurut penulis, poin ini yang paling tepat sebagai cara pandang melihat persoalan kegiatan pelaksanaan PKA, karena mengembangkan festival melalui kreasi tema dan citra positif masih terbuka ruang lebar menjadi lahan eksplorasi penelitian.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena metode ini memiliki kesesuaian untuk mendeskripsikan berbagai kondisi dan situasi objek penelitian. Metode ini juga sangat sesuai sebagai cara untuk menarik temuan penelitian ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model atau gambaran tentang kondisi dan situasi permasalahan penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Banda Aceh. Pengambilan lokasi ini dikarenakan tempat tersebut merupakan lokasi pelaksanaan Pekan Kebudayaan Aceh dan Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh selaku pihak penyelenggara. Pemilihan narasumber dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja, artinya narasumber dipilih tidak secara acak dan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan dapat memberikan keterangan sesuai dengan tujuan penelitian. Narasumber yang dipilih sebanyak 7 orang merupakan tokoh kunci atau orang yang dianggap menguasai dan dapat memberikan data tentang PKA.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua macam cara, yaitu wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara, yaitu wawancara langsung dengan narasumber yang diyakini sebagai individu yang memahami dan mengerti tentang PKA. Wawancara mencakup dengan faktor internal dan faktor eksternal PKA yang dilakukan terhadap 7 orang narasumber dengan durasi berkisar 20 menit hingga 1 jam dengan menggunakan alat perekam dan disertai catatan lapangan. Selain wawancara langsung, dilakukan juga wawancara melalui alat komunikasi untuk memperoleh data tambahan. Teknik ini digunakan untuk mendapat berbagai informasi secara komprehensif mengenai pengelolaan, potensi, dan hambatan acara.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh hasil rekaman peristiwa, baik berupa catatan tertulis; seperti arsip kegiatan, laporan kegiatan dari PKA 2 hingga PKA 6, serta pemberitaan media cetak dan elektronik yang dapat menguatkan informasi terhadap data primer.

Temuan

Proses pengumpulan data secara kualitatif berupa wawancara telah penulis lakukan dan mendapatkan temuan berupa faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat dikelola untuk mengembangkan Pekan Kebudayaan Aceh (PKA) kedepan. Sesuai dengan pertanyaan penelitian ditanyakan “bagaimana mengembangkan Pekan Kebudayaan Aceh berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal agar menjadi daya

tarik pariwisata Aceh”, penelitian ini menemukan beberapa faktor yang masih bisa dikembangkan terkait dengan kegiatan PKA, yaitu tenaga profesional, lokasi, brand, masyarakat sadar wisata, pasar, serta teknologi informasi dan komunikasi. Masing-masing faktor tersebut akan diuraikan lebih rinci pada sub-bab berikutnya. Sebelum penulis menguraikan temuan yang dapat dikelola untuk pengembangan festival, akan dipaparkan analisis SWOT yang nanti akan dirangkum menjadi faktor internal dan faktor eksternal sebagai dasar pijakan pengembangan PKA sebagai daya tarik pariwisata.

Faktor Internal terdiri atas:

1. Kekuatan (strength)
 - a. Komunitas multietnis dan multikultur
 - b. Lokasi di pusat ibukota provinsi sebagai pusat administratif dan perekonomian daerah
 - c. Aksesibilitas mendukung
 - d. Dekat dengan daya tarik lainnya
 - e. *Brand image* Serambi Mekah
2. Kelemahan (weakness)
 - a. Perencanaan pengelolaan belum maksimal
 - b. Panitia pelaksana belum profesional
 - c. Ruang kreatif terbatas
 - d. Partisipasi masyarakat masih kurang
 - e. Tidak ada penetapan waktu pelaksanaan yang baku
 - f. Pemahaman kepariwisataan dikalangan masyarakat masih rendah
 - g. Strategi promosi belum terbentuk

Faktor Eksternal terdiri atas:

3. Peluang (opportunity)
 - a. Perkembangan industry pariwisata semakin pesat
 - b. Peningkatan wisatawan regular
 - c. Program wisata halal internasional

- d. Pertumbuhan ekonomi global
 - e. Peningkatan usaha kreatif dan UMKM
 - f. Pembangunan *networking*
 - g. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi
 - h. Program pembangunan nasional pemerintah melalui pariwisata
4. Ancaman (threat)
- a. Penyelenggara PKA masih menggunakan pendekatan *top-down*
 - b. Persaingan daya tarik wisata sejenis
 - c. Jangka waktu pelaksanaan sangat lama
 - d. Kondisi politik lokal
 - e. Isu-isu negatif kepariwisataan

1. Faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis SWOT, penulis menemukan beberapa faktor internal yang masih bisa dikelola supaya PKA menjadi festival yang mampu menarik banyak wisatawan baik domestik maupun wisatawan internasional. Perjalanan PKA sejauh ini memang dianggap sudah mencapai target dengan sejumlah kunjungan wisatawan ke Aceh, akan tetapi masih perlu ditingkatkan agar jumlah kunjungan semakin bertambah. Beberapa faktor internal yang penulis peroleh dari narasumber yang masih dapat dimaksimalkan untuk pengembangan PKA ke depan adalah sebagai berikut:

a. Tenaga Profesional

PKA merupakan program pemerintah dalam melestarikan budaya dan meningkatkan pariwisata. Semua kegiatan yang dibagi kedalam beberapa sub-bagian dikelola sepenuhnya oleh masyarakat Aceh baik oleh seniman maupun pelaku kegiatan profesional. PKA menghadirkan ragam kesenian dan kebudayaan masyarakat dari pedalaman hingga perkotaan, pegunungan hingga pesisir Aceh, sehingga boleh dikatakan secara tidak langsung PKA menjadi citra identitas Aceh secara umum. Untuk

itu, harus dikelola dengan baik agar materi dan jadwal penyelenggaraan bisa berjalan sesuai dengan standar pengelolaan festival yang berimplikasi pada citra positif. Harapan ini tentunya harus didukung dengan pengelolaan yang baik oleh tenaga profesional. Berdasarkan informasi yang penulis peroleh, bahwa beberapa bagian telah ditangani oleh penyelenggara dengan memanfaatkan SDM lokal, baik secara kelembagaan; pelaku kegiatan profesional dan organisasi pariwisata (swasta), maupun secara individu; seniman, serta pihak pemerintah dalam membantu pelaksanaan festival.

Berdasarkan observasi di lapangan, penulis mendapatkan informasi bahwa pihak swasta sebagai pelaksana dan pihak pemerintah sebagai pihak penyelenggara. Ini artinya pemerintah selaku pemilik program dan anggaran membutuhkan pihak ketiga sebagai tenaga profesional untuk merealisasikan program-programnya. Tenaga profesional yang penulis maksudkan disini adalah mereka yang berprofesi dan memiliki lembaga yang sah di bidang yang terkait dengan festival budaya dan kegiatan pariwisata serta memiliki pengalaman di bidang seni budaya seperti pelaku kegiatan profesional, organisasi pariwisata, dan seniman. Keterlibatan pelaku kegiatan profesional, organisasi pariwisata, dan seniman dalam PKA karena mereka dianggap menguasai secara pengetahuan dan pengalaman di bidang festival. Indikator profesional yang menjadi ukuran di sini adalah memiliki sertifikasi, terhimpun dalam asosiasi profesi, dan memiliki pengalaman.

Kriteria pertama adalah sertifikasi, ditetapkan bagi tenaga profesional untuk menjamin kualitas dalam melakukan tugas atau pekerjaannya. Tenaga-tenaga yang memiliki sertifikasi di bidang pelaku kegiatan profesional dan organisasi pariwisata

dapat diartikan sebagai suatu proses pemberian pengakuan bahwa seseorang telah memiliki kompetensi untuk terlibat dan melakukan pekerjaannya di PKA. Penentuan kriteria ini dikarenakan ke depan sertifikasi tenaga profesional semakin diperhitungkan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), di mana negara-negara yang tergabung dalam ASEAN akan berlaku aliran bebas tenaga kerja terampil. Mahrisal mengakui, Aceh memiliki banyak pelaku kegiatan profesional dan kedepan akan disertifikasi profesi MICE.

“... Ini penting untuk menjadi perhatian kita. Karena kedepan ngeri juga kita orang lokal bisa ga dapat job kalau ga ada sertifikasi. Tapi bulan Sepuluh nanti saya dengar ada sertifikasi MICE untuk EO. Orang pusat langsung yang turun kesini” (MR, Internal 12, 1/10/2018)

Aceh dan seluruh elemen-elemen seharusnya mempersiapkan seluruh sumber daya manusia dari segala lini untuk memiliki sertifikasi profesi, termasuk profesionalisme dalam pengelolaan kegiatan setara festival, dalam hal ini pelaku kegiatan profesional dan organisasi pariwisata. Artinya, ke depan PKA dikelola oleh tenaga profesional yang memiliki kapabilitas dalam bidangnya serta telah teruji kemampuannya dibuktikan dengan sertifikasi profesi.

Pertimbangan kedua tentang tenaga profesional adalah terhimpun dalam asosiasi profesi. Irmayani, selaku kabid sejarah dan nilai budaya mengatakan adanya asosiasi-asosiasi ini membantu penyelenggara dalam menyukseskan PKA karena orang-orang yang tergabung dalam asosiasi lebih memahami SOP pelaksanaan kegiatan maupun pelayanan wisatawan (IR, Internal 15, 26/9/2018). Pelaku kegiatan profesional dan organisasi pariwisata yang mulai tumbuh di Aceh telah membentuk atau bergabung dalam asosiasi-asosiasi profesi yang terhubung ke jaringan nasional. Sebut saja di

jaringan asosiasi pelaku kegiatan profesional, ada Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (ASPERAPI), *Indonesia Congress and Convention Association* (INCCA), dan Asosiasi Karnaval Indonesia (AKARI). Pada jaringan organisasi pariwisata, ada Asosiasi Pekerja Pariwisata Indonesia (ASPPPI), Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), dan lain-lain.

Kriteria tenaga profesional yang ketiga adalah memiliki pengalaman yang cukup di bidang penyelenggaraan festival seni budaya. Hal ini sesuai dengan kriteria yang disampaikan oleh Radius selaku tim ahli PKA (RS, Internal 9&10, 31/8/2018), bahwa panitia inti diprioritaskan kepada orang-orang yang telah memiliki pengalaman di PKA. Indikator ini memperjelas tentang tenaga profesional yang dapat terlibat dalam PKA, yaitu memiliki pengalaman. Akan tetapi penulis melihat, banyak tenaga profesional lain yang memiliki pengalaman menangani berbagai festival lain selain PKA, baik kegiatan pemerintahan maupun kegiatan swasta, baik skala lokal, nasional, bahkan internasional. Ini artinya, Aceh memiliki tenaga-tenaga profesional yang memiliki segudang pengalaman yang dapat dilibatkan untuk merancang dan melaksanakan PKA dengan baik dan menambah daya tarik kepada wisatawan.

Untuk menjadi tenaga profesional, selain pengetahuan dan memiliki kelembagaan yang sah juga memiliki pengalaman, karena tidak semua pelaku kegiatan profesional dan organisasi pariwisata menguasai betul secara rinci tentang konten seni budaya Aceh. Oleh karena itu, alternatifnya adalah melibatkan para seniman dan budayawan selaku orang yang memahami dan beraktivitas di dunia seni dan budaya.

Atau sebaliknya, seniman dituntut untuk menguasai pengelolaan dan memasarkan produk (kegiatan) dan kebudayaan Aceh ke pasar kesenian.

Pemberdayaan tenaga profesional menjadi langkah baik menanggapi isu yang timbul selama ini terkait panitia pelaksana yang tidak baik mengelola PKA. Walaupun secara umum dapat dikatakan hampir baik pelaksanaannya, akan tetapi masih ada sebagian panitia pelaksana yang kurang menjaga kualitas festival dengan tidak mengikuti konsep teknis atau petunjuk pelaksanaan yang telah dirumuskan oleh panitia pengarah, serta tidak mampu menjalankan tanggungjawabnya secara maksimal. Jadi, pelaksanaan PKA sebagai festival budaya untuk mendukung pariwisata Aceh harus ditangani oleh tenaga profesional atau memiliki ketiga kriteria yang disebutkan di atas atau minimal kolaborasi dengan pihak-pihak yang menguasai salah satu dari tiga kriteria tersebut.

b. Lokasi

Faktor internal selanjutnya yang penulis temukan adalah terkait dengan lokasi. Ini menjadi prioritas dalam setiap festival karena letak dan jumlah lokasi festival akan mempengaruhi minat dan durasi waktu kunjungan wisatawan. Secara geografis, tempat diselenggarakan PKA berada di Banda Aceh yang merupakan ujung barat wilayah Aceh sekaligus sebagai ibukota provinsi Aceh. Banda Aceh juga menjadi pusat aktifitas ekonomi dan administrasi pemerintah. Posisi dan kondisi ini memudahkan wisatawan berkunjung, karena dekat lokasi ini terdapat bandar udara internasional Sultan Iskandar Muda sebagai akses kedatangan wisatawan.

Mengingat PKA adalah festival budaya yang melibatkan banyak peserta dan

materi acara, maka membutuhkan lokasi yang banyak untuk merealisasikannya. Penambahan dan penyebaran lokasi tersebut sudah dilakukan pada PKA 7 yang lalu, menurut Mahrival (wawancara, 1/10/2018) selaku seniman dan pengelola PKA yang ikut menyusun konsep teknis PKA adalah sebagai strategi memecah massa, supaya tidak terjadi penumpukkan massa pada satu lokasi dan sebagai strategi menahan wisatawan agar tinggal lebih lama di Aceh.

“ Saat kita membuat draf awal, kita membayangkan pengunjung PKA bisa menyeting waktunya. Hari ini ke lokasi ini, besok ke lokasi ini, lusa ke lokasi lain lagi. Ga akan kuat ke semua lokasi dalam satu hari, Jo. Apa lagi kalau orang tua. Hahaha. Itu strategi juga untuk mereka lama di sini sebenarnya...” (MR, Internal 5, 1/10/2018)

Dari observasi di lapangan, penulis juga melihat beberapa potensi lain terkait lokasi baru yang bisa dikelola oleh penyelenggara. Lokasi-lokasi baru yang bisa dijadikan lokasi kegiatan PKA ke depan berdasarkan pertimbangan fungsi dan letak yang masih dapat dieksplorasi untuk mendukung PKA di antaranya:

Pertama, daerah pesisir pantai. Banda Aceh dikelilingi oleh Selat Malaka dengan bentang garis pantai yang sangat panjang, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai lokasi baru untuk ekplorasi seni budaya dan kehidupan maritim masyarakat pesisir Aceh. meskipun letak lokasi ini diluar kota Banda Aceh, namun pemanfaatan wilayah lain selain Banda Aceh layak untuk dipertimbangkan, sesuai dengan harapan dari Rahmadani (RD, Internal 2, 27/9/2018), bahwa melihat PKA yang semakin berkembang dan antusias wisatawan semakin meningkat, maka ke depan PKA semestinya bisa diselenggarakan daerah-daerah tingkat II, tidak hanya di Banda Aceh.

Potensi lokasi kedua, perkampungan Cina. Peunayong merupakan wilayah yang

dominasi penghuninya adalah masyarakat keturunan Cina dan sudah ditetapkan sebagai perkampungan Cina di Banda Aceh. Sebagai bagian dari masyarakat Aceh yang telah hidup dari generasi ke generasi, sepatutnya masyarakat Cina dapat menambah warna baru dengan berbagai atraksi dari kebudayaan Cina dalam kegiatan PKA. Sebagai perkampungan Cina, wilayah ini dapat dimanfaatkan menjadi alternatif untuk lokasi baru PKA dengan materi berkaitan dengan kebudayaan Cina yang telah berasimilasi dengan kebudayaan Aceh.

Sementara potensi lokasi ketiga adalah lokasi kuliner. Berdasarkan observasi penulis pada PKA 7 tahun 2018 terkait dengan sebuah kegiatan yaitu festival kuliner Aceh, yang menyajikan berbagai masakan dan makanan dari berbagai daerah di Aceh. Lokasinya berada di taman Ratu Safiatuddin, di mana lokasi tersebut telah menjadi tempat atraksi budaya dan adat yang dipadati dengan banyak anjungan-anjungan dari kabupaten/kota. Seharusnya lokasi festival kuliner bisa dialihkan ke lokasi lain yang lebih representatif. Maka penambahan lokasi baru yang dikhususkan untuk lokasi kuliner Aceh dipandang cukup memberi solusi, dengan begitu wisatawan dapat menikmati atraksi berupa kuliner Aceh secara intensif dan dapat menambah jadwal tinggal di Aceh lebih lama.

Lokasi ke empat adalah lokasi pusat souvenir atau cenderamata. Seakan sudah menjadi sebuah kewajiban dimana setiap ada lokasi wisata maka di situ terdapat penyedia barang berupa souvenir untuk dijual kepada wisatawan. Di sisi lain ini adalah kebutuhan wisatawan untuk dibawa pulang sebagai kenang-kenangan dari daerah tujuan wisata ke daerah asalnya. Pada setiap penyelenggaraan PKA belum ada lokasi khusus

untuk menjual souvenir. Selama ini hanya ada beberapa pedagang yang memanfaatkan lapak pedagang kaki lima untuk menjual souvenir dan toko-toko souvenir yang terpisah dari penyelenggaraan PKA. Oleh karena itu, perlu ada lokasi baru yang khusus untuk pusat souvenir selama acara PKA berlangsung. Selain memudahkan wisatawan dalam mencari souvenir juga dapat menjadi daya tarik tersendiri sebagai lokasi yang memamerkan ragam barang unik hasil kerajinan masyarakat Aceh.

c. *Brand*

Faktor internal ketiga adalah *brand* PKA. Sebuah festival tentu membutuhkan strategi *branding* agar citra positif festival bisa terbangun dalam kesan masyarakat. Banyak strategi yang dilakukan untuk membuat informasi festival sampai ke sasaran, seperti menjadwalkan waktu yang agak lama atau memperbanyak perangkat media promosinya, dengan tujuan untuk menandai bahwa suatu festival akan diselenggarakan. Mengingat penyelenggaraan PKA yang punya tenggang waktu sangat lama antara PKA sebelumnya ke PKA berikutnya; empat tahun, penulis melihat ada potensi baru yang dapat diciptakan yaitu dengan melakukan *branding* melalui kegiatan-kegiatan pra-PKA.

Branding PKA melalui kegiatan-kegiatan kecil (pra-PKA) bisa dilakukan untuk mendukung kegiatan utama dan pelaksanaannya dapat dilakukan ditahun-tahun sebelumnya, sembari menanti datangnya tahun PKA utama. Teknis *branding* pra-PKA harus bersinergi dengan tema PKA utama yang akan datang, mulai dari kegiatan-kegiatan budaya yang dilakukan masyarakat dengan konsekuensi membubuhkan logo PKA. Hal ini diharapkan dapat menciptakan gaung dan citra PKA utama. *Branding* lain bisa juga dengan membuat festival serupa dengan PKA mini di daerah tingkat II

(kabupaten). Masing-masing kabupaten menyelenggarakan kegiatan Pekan Kebudayaan ditingkat kabupaten sebagai persiapan menuju PKA di tingkat propinsi. Sebenarnya konsep ini sudah diselenggarakan tetapi baru di kabupaten Pidie Jaya dan kabupaten Aceh Barat. (RD, Internal 5, 27/9/2018).

Konsep *branding* lainnya yang dinilai sangat berpotensi adalah melakukan satu kegiatan yang fokus pada satu jenis kesenian, dan kegiatan ini dipersembahkan oleh PKA, misalnya festival musik tradisi yang dipersembahkan oleh PKA namun diselenggarakan oleh panitia yang ditunjuk khusus. Bentuk kegiatan ini juga menjadi propaganda untuk membangun isu dan menciptakan suasana berulang-ulang di hadapan masyarakat, sehingga terbentuk citra PKA di benak masyarakat.

Selain itu, strategi ini akan menjadi jawaban atas permasalahan yang dihadapi selama ini terkait lemahnya promosi PKA. Persoalan promosi masih menjadi fenomena yang perlu diperhatikan secara khusus, karena promosi menjadi media yang sangat ampuh untuk menciptakan *brand* positif dan menarik wisatawan sebanyak-banyaknya. Fenomena ini jika tidak segera diatasi ditakutkan akan berdampak negatif terhadap citra PKA. Menurut analisis penulis, strategi pemasaran ini akan memberi dampak besar karena setiap propaganda yang dilakukan secara berulang-ulang pasti membentuk persepsi dalam bentuk fisik dan mental bagi masyarakat baik disadari maupun tidak disadari.

d. Masyarakat sadar wisata

Faktor internal berikutnya yang dapat dikelola untuk mendukung pengembangan pariwisata adalah membentuk masyarakat sadar wisata. Majunya sebuah

destinasi wisata sangat berkaitan erat dengan sikap dan perilaku sosial masyarakat setempat. Beberapa indikasi ketidaktertiban saat PKA, diperkirakan karena kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap kepariwisataan masih lemah. Berdasarkan data yang diperoleh, penulis menemukan beberapa sikap dari masyarakat yang dianggap dapat mengurangi keindahan dan kenyamanan PKA sebagai destinasi wisata.

Beberapa perilaku masyarakat yang dianggap bisa mengikis citra PKA adalah kurang tertibnya pedagang kaki lima di sekitar lokasi utama PKA. Kondisi ini mengakibatkan lokasi tidak bersih, terjadi kesemrawutan dan berdampak pada kemacetan lalu lintas yang tidak dapat dibendung di jalan menuju lokasi festival. Hal ini tentu sangat merugikan para wisatawan yang datang menyaksikan kegiatan PKA itu sendiri. Fenomena seperti ini selalu terjadi di setiap penyelenggaraan PKA. Padahal panitia telah membuat antisipasi dengan membagi beberapa lokasi kegiatan, akan tetapi fenomena ini masih terus terjadi. Terkait dengan ini, Radius selaku tim ahli PKA (RS, 6&7, 31/8/2018) juga mengakui bahwa hambatan terbesar PKA adalah kurangnya kesadaran dan kepedulian masyarakat untuk menciptakan ketertiban dalam kegiatan PKA, sehingga menimbulkan kesemrawutan di beberapa sudut lokasi.

Kondisi ini akan merugikan destinasi wisata karena akan menimbulkan kesan yang kurang tertib, kurang nyaman, tidak ramah, dan akan berimplikasi pada citra negatif yang dirasakan oleh wisatawan. Sedangkan sebuah destinasi wisata dituntut untuk memenuhi ketertiban, keamanan, kenyamanan, kebersihan, kesejukan, keindahan, dan memberikan kenangan yang berkesan. Ini merupakan unsur partisipasi masyarakat terhadap pertumbuhan pariwisata yang tertuang dalam konsep sapta pesona. Kesan yang

didapatkan oleh wisatawan akan memberi pengaruh terhadap wisatawan untuk kembali atau tidak, dan yang lebih penting apa yang dirasakan dan diterima oleh wisatawan akan diceritakan kepada orang lain di daerah asalnya. Sosialisasi dan memberi pemahaman kepariwisataan kepada masyarakat ini penting untuk menjaga tradisi dan budaya daerahnya serta menciptakan masyarakat sadar wisata yang siap mengelola destinasi wisata dan terbuka terhadap wisatawan.

2. Faktor Eksternal

Selain faktor internal yang telah dibahas sebelumnya, penulis juga merangkum beberapa faktor eksternal yang sangat mendukung jika dapat dikelola untuk pengembangan PKA, diantaranya adalah:

a. Pasar

Temuan peneliti dari narasumber tentang sasaran pasar PKA adalah, PKA dianggap telah memiliki jumlah kunjungan yang sangat banyak dibandingkan dengan festival-festival lain di Aceh. Bagi masyarakat Aceh, PKA merupakan festival yang patut dikunjungi, ini berdasarkan beberapa faktor diantaranya; karena PKA diselenggarakan empat tahun sekali, selanjutnya karena PKA ini bersifat kompetisi memperebutkan piala umum untuk daerah yang terbanyak mengumpulkan nilai terbaik. Faktor ini memicu masyarakat Aceh merasa ikut ambil bagian untuk menyaksikan secara langsung dan sebagai dukungan terhadap daerahnya.

Berdasarkan faktor ini juga PKA tentu berdampak pada nilai pasar bagi masyarakat Aceh itu sendiri. Akan tetapi tentu tidak hanya masyarakat Aceh sendiri yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan PKA, tetapi juga wisatawan nusantara dan

wisatwan mancanegara. Melihat kondisi ini, penulis memandang masih ada potensi pasar yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan persentase kehadiran wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam bentuk pasar yang lebih luas. Penulis melihat ada dua faktor yang sangat berpotensi menciptakan pasar baru dalam kegiatan PKA, yaitu Wisata Syariah dan keterlibatan peserta luar Aceh.

- Wisata Syariah

Aceh terkenal dengan adat istiadat dan budaya islami yang kental, dengan berbagai aktivitas islami di dalamnya. Hal ini menjadi indikasi bahwa kegiatan pariwisata akan selalu berkaitan erat dengan sistem kebudayaan Aceh yang islami dan melekat dalam kehidupan masyarakat. Sebenarnya Syariah Islam di Aceh sudah menjadi hal biasa karena pada dasarnya masyarakat Aceh hidup dalam norma, nilai dan aturan yang berlandaskan Islam. Kondisi ini akan sangat menguntungkan jika didukung dengan kehadiran konsep ‘wisata syariah’ dalam kegiatan PKA yang berdampak pada munculnya peluang pasar baru. Konsep ‘wisata syariah’ dalam PKA memiliki keunikan jika dibanding daerah-daerah lain di Indonesia, karena adanya integrasi antara seni budaya dan agama dalam satu bentuk kegiatan yang tentu berpotensi untuk dijadikan daya tarik. Hal ini juga didukung dari rasa penasaran masyarakat luar terhadap pemberlakuan ‘Syariat Islam’ di Aceh.

Hal lain yang mendukung potensi pasar ‘wisata syariah’ adalah, kondisi kunjungan wisatawan muslim ke Indonesia yang terus mengalami peningkatan dalam beberapa periode terakhir. Rianto Sofyan (Ketua Tim Percepatan Pengembangan Wisata Halal) menyebutkan, data wisatawan muslim berdasarkan “Global Muslim Travel Index

(GMTI, 2016)” wisatawan muslim yang datang ke Indonesia mencapai 1,9 juta orang, tahun 2017 terjadi peningkatan yaitu sebanyak 2.789.552 orang, dan tahun 2018 periode Januari sampai Agustus sudah mencapai 1.849.176 orang (Rezkisari dalam Republika.co.id). Upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan muslim juga masih terus dilakukan pemerintah dengan berbagai cara, Arief Yahya (2018) selaku menteri pariwisata terus menggenjot kedatangan wisatawan muslim ke Indonesia bahkan Tahun 2019 menargetkan 5 juta kunjungan wisman muslim dan 242 juta perjalanan wisatawan muslim nusantara (JIBI dalam ekonomi.bisnis.com).

Penerapan Syariat Islam menjadi daya tarik wisata sejalan dengan program wisata halal yang telah di nobatkan kepada propinsi Aceh. Semua sektor didorong untuk mendukung pariwisata halal. Dukungan agar setiap kegiatan diselenggarakan berdasarkan prinsip-prinsip yang islami pernah di disampaikan oleh Reza Pahlevi (2016), mantan Kadisbudpar Aceh

“Ada banyak kegiatan pariwisata yang kita gelar berkala. Kita berharap event atraksi budaya dan pariwisata bisa terus dipromosikan secara tematik dan profesional melalui pendekatan dan prinsip-prinsip yang Islami,” (Muslimah dalam www.gomuslim.co.id)

Pemberlakuan syariat islam di Aceh menafsirkan seluruh lini kehidupan harus berlandaskan nilai-nilai islami, sehingga kondisi ini seolah terlewatkan begitu saja. Hal ini bisa dilihat karena wisata syariah belum menjadi prioritas kegiatan PKA sehingga konsep wisata syariah tidak terlihat ke permukaan. Oleh karena itu, penulis melihat fenomena ini sebagai potensi yang dapat dihadirkan di PKA untuk menjawab harapan wisatawan yang menginginkan wisata halal ataupun wisata syariah.

- Peserta Luar Aceh

Keterlibatan peserta luar baik dari propinsi lain maupun dari luar negeri juga menjadi peluang yang perlu dilirik sebagai potensi pasar baru yang tentu sangat berdampak pada sektor ekonomi. Hal ini juga tidak terlepas dari tujuan yang diharapkan dari dunia pariwisata, yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kehadiran partisipan dari provinsi lain dan luar negeri tentu tidak hanya sebatas peserta, akan tetapi juga menjadi wisatawan yang akan berbelanja di Aceh, mulai dari penyewaan stan pameran, sewa hotel, makan, hingga belanja souvenir. Kehadiran peserta luar dalam sebuah festival juga akan mendongkrak citra festival itu sendiri di mata publik, dan yang lebih penting, mereka bisa menjadi agen promosi untuk mempromosikan Aceh ketika kembali ke daerah asal.

Berdasarkan partisipasi peserta dari luar provinsi Aceh dan keseriusan untuk terus menambah jumlah partisipan dari luar Aceh setiap kegiatan PKA, penulis melihat ini sebagai potensi pasar yang dapat dikembangkan lagi oleh penyelenggara PKA. Memang PKA 7 tahun 2018 pertama kali melibatkan peserta dari propinsi lain bahkan sampai luar negeri, namun masih sedikit peserta luar yang terlibat (tiga provinsi) yaitu Yogyakarta, Kepulauan Riau, DKI Jakarta, dan tiga negara yaitu Malaysia, Brunai Darussalam, dan Tatarstan. Kedepan dapat dipastikan akan lebih banyak lagi peserta luar yang ikut (EM, Eksternal 5, 6/9/2018). Kondisi ini adalah peluang baru untuk membangun jaringan dan melakukan kerjasama antar pemerintah propinsi atau instansi kebudayaan dan pariwisata baik nasional maupun internasional yang memiliki visi misi

yang sama dengan propinsi Aceh, serta perusahaan swasta, BUMN, BUMD, yang bergerak dibidang seni budaya dan pariwisata.

b. Teknologi informasi dan komunikasi

Banyaknya titik lokasi juga menjadi tantangan baru, yaitu bagaimana mendatangkan pengunjung sesuai jumlah yang diharapkan berdasarkan jumlah titik lokasi. Hal ini menjadi perhatian sekaligus tantangan karena terjadi ketimpangan antara lokasi satu dengan lokasi lainnya. Kondisi tidak seimbang nya pengunjung antar setiap lokasi, menurut analisis penulis karena lemahnya promosi. Teknologi komunikasi dan informasi telah berubah dan berkembang sedemikian pesat, segala informasi bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Hal ini dipandang sebagai faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh penyelenggara untuk membatu memperluas informasi PKA.

Kemajuan teknologi informasi mempermudah masyarakat untuk mengakses segala informasi dengan cepat dan mudah. Panitia PKA dapat menggunakan berbagai fitur yang tersedia untuk memuat segala informasi tentang potensi wisata, konten kegiatan, lokasi kegiatan dan segala macam informasi yang dibutuhkan wisatawan, dan dalam hitungan detik segala informasi tentang PKA bisa tersebar ke seluruh penjuru dunia.

Irmayani, selaku kabid sejarah dan nilai budaya (wawancara, 26/9/2018) mengatakan panitia sudah melakukan promosi melalui media sosial. Selain media sosial, penyelenggara juga membuat Web khusus dengan akun PKA yang isinya tentang segala informasi terkait PKA didalamnya. Bahkan pada PKA terakhir, Penyelenggara telah berinovasi dengan membuat aplikasi khusus yang dapat diakses oleh siapa saja dan

dimana saja melalui *android* (IR, Eksternal 7, 26/9/2018). Hampir semua masyarakat sekarang ini memiliki *android*, sehingga langkah untuk membuat aplikasi dirasa cukup tepat.

Walaupun informasi ini sudah dilakukan melalui media sosial, media berita *online*, dan web khusus PKA, bahkan pada PKA 7 telah ada aplikasi khusus PKA. Akan tetapi, panitia masih perlu melakukan pengembangan untuk mempromosikan PKA dan membangun *brand* agar pasar PKA bisa lebih luas. Terkait dengan aplikasi khusus *Android*, Mirja (peserta PKA, 13/9/2018) melihat fenomena ini sebagai tantangan promosi.

“...walaupun sudah ada aplikasi, itu belum cukup. Masyarakat kita masih banyak yang belum tahu itu, ada juga yang udah tahu, malas donlod. Yang mereka tau PKA itu di lampriet (lokasi utama PKA), ya mereka kesana aja, bertumpuklah orang disana semua...” (MI, Eksternal 7, 13/9/2018)

Mengingat kegiatan PKA bersifat skala besar di tingkat propinsi Aceh ditambah jangka penyelenggaraannya empat tahun, seharusnya promosi dapat dilakukan lebih intens dalam waktu yang lebih lama dan jauh sebelum waktu pelaksanaan. Sebagai festival yang juga ditargetkan untuk wisatawan mancanegara, penyelenggara juga perlu membuat strategi yang lebih efektif dan efisien untuk mempromosikan PKA melalui teknologi komunikasi dan informasi.

Pembahasan

Berdasarkan temuan dan analisa penulis, masih banyak ruang untuk mengembangkan PKA dengan cara mengoptimalkan faktor internal dan faktor eksternal sehingga menjadi festival yang lebih baik, serta diharapkan dapat membantu

mengangkat citra positif pariwisata Aceh. Sebagai festival besar yang memiliki nilai penting bagi masyarakat Aceh, PKA dianggap perlu melakukan pengembangan untuk mempertahankan posisinya dan menciptakan pasar baru agar mewujudkan tujuan utama pariwisata yaitu, menumbuhkan ekonomi masyarakat. Selain menciptakan produk atau menambah materi baru, bisa juga dengan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang luar biasa. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan cara meningkatkan kualitasnya, memperbaharui bentuknya, atau mempercantik kemasan kegiatannya. Ini merupakan unsur penting dalam rangka pengembangan festival melalui pengembangan produk (wisata).

Hal yang sama dalam bentuk bahasa yang berbeda juga dikatakan oleh Getz (1991), yaitu salah satu poin penting mengembangkan sebuah festival adalah bagaimana mengkreasikan tema dan membangun citra positif, yang menurut penulis hal ini adalah tentang bagaimana mengidentifikasi seluruh elemen-elemen yang ada, yaitu memetakan faktor internal dan faktor eksternal, untuk selanjutnya diimplementasikan sebagai langkah pengembangan PKA yang tentunya akan bermuara pada kreasi untuk menciptakan tema dan membangun citra positif kegiatan. Mempelajari faktor internal dan faktor eksternal merupakan langkah yang tepat untuk mengembangkan PKA menjadi sebuah atraksi wisata yang dapat mengangkat citra positif pariwisata Aceh, sehingga menumbuhkan motivasi minat wisatawan.

Getz (1991:156-157) mengatakan, dalam kegiatan pariwisata, pengembangan kegiatan dan pemasaran hampir tidak bisa dipisahkan. Keduanya harus berjalan seiring, sehingga selain fokus pada pengembangan festival, promosi yang baik dan berkelanjutan

juga berperan penting untuk membentuk citra. Melihat PKA sebagai festival yang memiliki peran ganda, yaitu sebagai wadah pelestarian budaya dan sebagai sarana atraksi yang dapat menarik perhatian wisatawan, maka merancang tema menjadi hal yang sangat penting. Hal ini serupa dengan pendapat yang disampaikan oleh Suarka, dkk (2015), bahwa festival budaya yang dikemas untuk kegiatan wisata perlu menyinergikan tema kegiatan yang bersumber dari kearifan lokal. Mengenai tema, PKA dapat diklasifikasi sebagai festival yang mengangkat tema besar tentang kebudayaan Aceh dari beragam etnis yang berlandaskan budaya islami, sehingga menjadi parameter bahwa sistem kepercayaan (agama) menjadi fokus utama kebudayaan di Aceh dalam mengembangkan pariwisata. Fokus utama kebudayaan ini dianggap tepat karena menjadi keunikan Aceh di banding daerah lainnya di Indonesia.

Sebagai kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah, PKA akan menghadapi kesulitan untuk melakukan pengembangan secara berkelanjutan karena ini merupakan konsep pengembangan dengan pendekatan *top-down*. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Dewiyanti, dkk (2017), ybahwa paradigama berkelanjutan mengutamakan pembangunan dengan pendekatan *bottom-up*, yaitu proses perencanaan dan inisiatif yang dilakukan oleh masyarakat atas dasar kebutuhan dan pemerintah sebagai fasilitator, lalu keputusan disepakati bersama. Kemudian atas dasar keputusan tersebut pemerintah melakukan pantauan terhadap pelaksanaan dan kelancaran program.

Pihak penyelenggara memiliki tanggungjawab besar terhadap kelancaran dan sukses tidaknya kegiatan. Kompetensi organisasi penyelenggara atau komunitas masyarakat yang terlibat dalam PKA juga memiliki pengaruh yang sangat besar, karena

kesuksesan kegiatan sangat tergantung pada internal organisasi yang baik dan personal didalamnya juga profesional. Terkait dengan itu, Putri (2015) mengatakan kesuksesan sebuah kegiatan tidak selalu karena didukung oleh anggaran yang cukup, tapi penguatan internal organisasi juga sangat penting terhadap kesuksesan kegiatan.

Tuntutan profesionalisme organisasi penyelenggara dikarenakan produk dalam pariwisata itu lebih dari sekedar membuat kegiatan. Kegiatan pariwisata itu adalah kombinasi dari layanan, atraksi, dan sering kali bertemu dengan suasana yang tidak terduga di luar perencanaan. Oleh karena itu, keterampilan dan profesionalisme dari organisasi atau sumber daya manusianya sangat penting dalam mengidentifikasi atribut yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan target pasar. Selain itu, untuk pengembangan PKA berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal tentu harus mengoptimalkan seluruh sumber daya, baik sumber daya manusianya, tempat, waktu dan peralatan. Senada dengan Dwiyanti, dkk (2017) yang mengatakan perlu melakukan strategi pengembangan untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian tujuan, sasaran, dan kinerja dengan cara memberdayakan sumber daya secara efektif dan efisien.

Program sosialisasi PKA yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat sebelum PKA berlangsung selain sebagai *branding* PKA juga sebagai upaya sosialisasi dan memberikan pemahaman tentang kepariwisataan dan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk persiapan menghadapi perkembangan dunia pariwisata yang terus bergerak maju. Selaku pemilik kegiatan PKA atau aktor utama di daerah tujuan wisata, selayaknya masyarakat mendapatkan pemahaman tentang kebudayaan inti daerah dan

kepariwisataan agar masyarakat siap menerima wisatawan dan profesional dalam mengelola kegiatan PKA untuk target wisatawan. Hal ini juga disampaikan oleh Suarka, dkk (2015), bahwa perlu menanamkan pemahaman dasar kepada masyarakat setempat tentang kebudayaan inti daerahnya sebagai upaya menghadapi perkembangan pariwisata yang terus berubah secara dinamis.

Waworuntu, dkk (2017) mengatakan, perlu dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan terdahulu untuk mengukur hasil yang dicapai dengan tujuan dasarnya. Pada akhirnya untuk tujuan pengembangan kegiatan pariwisata ke arah yang lebih baik, penyelenggara harus belajar dari pengalaman dan selalu melakukan evaluasi dari PKA sebelumnya demi terwujudnya PKA yang berkualitas sesuai dengan sasaran dan tujuan dasar yaitu melestarikan budaya dan menumbuhkan daya tarik wisatawan.

Berdasarkan temuan-temuan penelitian yang dilakukan oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa terdapat kesinambungan dengan konsep yang dikemukakan oleh Getz tentang pengembangan kegiatan pariwisata. Penelitian yang dilakukan dari berbagai jenis festival dan di beberapa wilayah tersebut secara garis besar menyebutkan, pengembangan festival dilakukan dengan pemilihan tema, penguatan organisasi penyelenggara, pemberdayaan sumber daya unggulan, dan evaluasi festival yang terdahulu. Mengoptimalkan seluruh faktor tersebut merupakan langkah pengembangan yang pada akhirnya akan bermuara pada citra positif festival.

Kesimpulan

Setelah mengkaji secara teoritis, kemudian mengumpulkan data di lapangan, menganalisa data tersebut serta membahasnya kembali berdasarkan teori dan jurnal

ilmiah, peneliti mendapat kesimpulan bahwa PKA sebagai kegiatan budaya yang bertujuan melestarikan budaya daerah dan meningkatkan daya tarik wisatawan, masih dapat dilakukan pengembangan melalui indentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya mengoptimalkan seluruh faktor internal dan faktor eksternal tersebut untuk pengembangan PKA.

Faktor-faktor internal yang dapat dikelola untuk mengembangkan PKA adalah: (1) Aceh memiliki tenaga profesional bidang pengelolaan festival budaya, (2) lokasi kegiatan dan lokasi-lokasi baru yang potensial, (3) memiliki peluang yang besar untuk membangun *brand* PKA, (4) peningkatan pemahaman kepariwisataan kepada masyarakat. Sedangkan faktor eksternal yang mendukung untuk pengembangan PKA adalah (1) potensi pasar baru sebagai target pengembangan PKA, (2) perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat efektif untuk membantu pengembangan pemasaran festival.

Pengembangan PKA yang berimplikasi terhadap pariwisata Aceh dan mengusung tema budaya yang berintegrasi dengan agama sebagai fokus utama kebudayaan, dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan seluruh faktor internal dan eksternal PKA. Selain fokus pada pengembangan kegiatan, pemasaran juga menjadi hal penting untuk pengembangan festival, karena dalam kegiatan pariwisata, pengembangan dan pemasaran merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan harus berjalan seiring. Kemudian melakukan evaluasi dari PKA-PKA sebelumnya untuk mencari solusi demi pengembangan PKA selanjutnya yang lebih baik. Jika semua faktor (internal dan eksternal) dimaksimalkan dan seluruh sumber daya diberdayakan, maka langkah ini

dipandang bisa mengarah pada citra positif bagi kegiatan PKA, industri pariwisata, serta daerah Aceh.



DAFTAR PUSTAKA

- Budiani, Ni Wayan. (2007) “Efektivitas Program Penanggulangan Karang Taruna “Eka Taruna Bakti” Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar”, Jurnal Ekonomi Sosial. INPUT. Volume 2 no 1.
- Dewiyanti, N. M., Antara M., Pujaastawa, I.B.G. (2017), “Denpasar Festival dalam Mendukung Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Denpasar”, dalam Jurnal JUMPA 3 [2] :238-251.
- Disbudpar Aceh, (2013), “Laporan Pekan Kebudayaan Aceh ke 6”, Banda Aceh, Disbudpar
- Getz, Donald. (1991), *Festivals, Special Events, and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold
- Jaksana, Harpen D., Soepeno B., Sumarno. (2015), “Peranan Padepokan Seni Gema Buana Dalam Pembangunan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Bondowoso Tahun 1992-2014”, UNEJ Jurnal Pendidikan, 1 (1), 1-11.
- JIBI. (2018), *Indonesia Ditargetkan Jadi peringkat Pertama Destinasi Wisata Halal Dunia 2019*, diakses pada 8 Desember 2018, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180412/12/783460/indonesia-ditargetkan-jadi-peringkat-pertama-destinasi-wisata-halal-dunia-2019>
- Muslimah, Fauziah. (2016), *Inilah Potensi Aceh Sebagai Destinasi Wisata Halal Indonesia*, diakses pada 8 Desember 2018, dari <https://www.gomuslim.co.id/read/news/2016/08/04/1059/inilah-potensi-aceh-sebagai-destinasi-wisata-halal-indonesia.html>
- Putri R.D.P.A., (2015), “Pengembangan Manajemen Strategi Festival Seni Surabaya”, Yogyakarta, UPT. Perpustakaan Pascasarjana ISI.
- Reverte F.G., Izard O.M. (2011), “Tourism Development and Events: An Analisis At A Local Scale In Catalonia”, Journal of IJEMR, Volume 6, No 2.
- Rezkisari, Indira. (2018), *Indonesia Targetkan 3,8 Juta Wisatawan Muslim Pada 2018*, diakses pada 8 Desember 2018, dari <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/11/12/pi2t11328-indonesia-targetkan-38-juta-wisatawan-muslim-pada-2018>
- Suarka I.N., Rais I.W., Dhana I.N., Wiasti N.M. (2015), “Strategi Pengembangan Manajemen Pesta Kesenian Bali Berbasis Sinergisitas Kearifan Lokal, Budaya Nasional, dan Pengetahuan Global”, Jurnal Mudra, Volume 30, No 1.
- Waworuntu B., Lumolos J., Mamentu M. (2017), “Efektifitas Program TIFF (Tomohon International Flower Festival) dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Tomohon”. Jurnal Eksekutif, Volume 2 No. 2

Yoeti, Oka A. (2016), *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*, Jakarta Timur, Balai Pustaka.

