

STRATEGI PENGEMBANGAN ISTANA MAIMOON, KOTA MEDAN, SUMATERA UTARA

Ulfah Azzahra Harahap, Cipta Endyana, Alexander M.A Khan

Universitas Padjadjaran, Bandung
Email: ulfah19002@mail.unpad.ac.id
cipta.endyana@unpad.ac.id
alexander.khan@unpad.ac.id

Abstrak:

Istana Maimoon kini menjadi salah satu Daya Tarik Wisata (DTW) bersejarah di Kota Medan, di dalam terdapat arsitektur unik khas Melayu, barang peninggalan sejarah kerajaan, foto-foto dari Sultan Kerajaan Deli, atraksi sewa baju Adat Melayu, penampilan live music melayu, serta penjualan souvenir. Istana Maimoon pada realita masih belum memenuhi standar dari aspek atraksi secara keseluruhan, hanya ada beberapa atraksi yang dapat di nikmati Istana Maimoon sebagai salah satu Cagar Budaya di Kota Medan harus di lestarikan, dirawat, dan dijaga, oleh sebab itu penulis melihat adanya permasalahan pada kurangnya pengembangan pada Istana Maimoon guna menarik wisatawan berkunjung dan memberikan manfaat kepada penghidupan masyarakat sekitar, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Istana Maimoon Kota Medan Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode pendekatan survey. Strategi pengembangan dilakukan dengan melibatkan Pemerintah, Pengelola, serta Masyarakat. Diduga dengan strategi pengembangan yang dilaksanakan disana maka timbul peluang bagi mereka untuk memaksimalkan diri dan potensi mereka. Sehingga, menjadi satu pembelajaran bagi masyarakat untuk menerima dan turut serta mendukung perkembangan Istana Maimoon.

Kata Kunci: *Pengembangan; Istana Maimoon; SWOT*

Abstract:

Maimoon Palace is one of the historic Tourist Attractions in Medan City, inside there is unique Malay architecture, royal historical relics, photos of the Sultan of the Deli Kingdom, attractions for renting Malay Traditional clothes, live Malay music performances, and souvenirs. Maimoon Palace in reality still does not reach the standards of the overall attraction aspect, there are only a few attractions that can be enjoyed Maimoon Palace as one of the Cultural Heritage in Medan City must be preserved, cared for, and maintained, therefore the author sees a problem in the lack of the development of the Maimoon Palace in order to attract tourists to visit and provide benefits to the livelihoods of the surrounding community, the authors are interested in conducting research with the title Maimoon Palace Development Strategy, Medan City, North Sumatra. This study uses a descriptive qualitative method with a survey approach method. The development strategy is carried out by involving the Government, Management, and the Community. Allegedly with the development strategy implemented there, there will be opportunities for them to maximize themselves and their potential. Thus, it becomes a lesson for the

community to accept and participate in supporting the development of Maimoon Palace.

Keywords: *Development; Istana Maimoon; SWOT*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan situs cagar budaya, namun masih banyak penduduk Indonesia yang belum mengerti akan kedudukan serta arti dari keberadaan Cagar Budaya. Ada berbagai Cagar Budaya yang terdapat di Kota Medan, salah satunya adalah Istana Maimoon. Melalui Surat Keputusan (SK) Istana Maimoon pada tahun 2010 ditetapkan sebagai cagar budaya, terletak di pusat Kota Medan yang berdekatan dengan cagar budaya lainnya antarlain Taman Kota Sri Deli dan Mesjid Al-Mashun (Mesjid Raya Kota Medan) yang masih memiliki kaitan sejarah dengan Kesultanan Deli. Cagar Budaya ini dahulu merupakan tempat tinggal dari pihak keluarga Kesultanan Deli dengan arsitektur yang masih asli dan didominasi dengan warna identik Suku Melayu yaitu kuning dan hijau. Pihak keluarga keturunan dari Istana Maimoon mengambil hak sepenuhnya untuk pengelolaan Istana dan lingkungan dalam bentuk Yayasan Sultan Ma'moen Alrasyid (Pengelola Yayasan Sultan Ma'moen Al Rasyid, 2021). Istana Maimoon kini menjadi salah satu Daya Tarik Wisata (DTW) bersejarah di Kota Medan, di dalam terdapat arsitektur unik khas Melayu, barang peninggalan sejarah kerajaan, foto-foto dari Sultan Kerajaan Deli, atraksi sewa baju Adat Melayu, penampilan *live music* melayu, serta penjualan souvenir. Pada momen tertentu Istana Maimoon dapat pula digunakan sebagai tempat pelaksanaan acara besar oleh pemerintah ataupun bisa menjadi tempat acara pernikahan. Dengan banyaknya pengunjung serta acara-acara lain yang dilakukan di Istana Maimoon secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar dan penduduk Istana Maimoon dengan cara memanfaatkan keadaan lewat berjualan souvenir, mengenalkan daerah sekitar, dan mendapatkan pekerjaan serta penghasilan lainnya.

Pada generasi sekarang sudah mulai banyak masyarakat yang kurang mengenali sejarah dan budaya. Masyarakat Kota Medan juga belum sepenuhnya mengenali sejarah dan budaya dari Istana Maimoon, dikarenakan kurangnya minat masyarakat terhadap budaya dan belum kuatnya daya tarik pada Istana Maimoon, disamping itu Istana Maimoon sangat memiliki banyak potensi dalam atraksi yang dapat menjadi daya tarik untuk Istana Maimoon itu sendiri. Hal tersebut yang membuat minat wisatawan semakin lama semakin menurun, pengembangan potensi atraksi daya tarik wisata budaya pada Istana Maimoon dinilai kurang untuk mengoptimalkan kualitas dan minat wisatawan dan membuat masyarakat serta penduduk Istana Maimoon kurang mendapatkan penghasilan dengan optimal.

Istana Maimoon pada realita masih belum memenuhi standar dari aspek atraksi secara keseluruhan, hanya ada beberapa atraksi yang dapat di nikmati di Istana Maimoon seperti, sewa dan berfoto dengan pakaian adat melayu, melihat barang-barang peninggalan sejarah Kesultanan Maimoon, musik melayu dengan alat musik khas melayu namun penampilan musik melayu hanya dilaksanakan pada pukul 11.00 hingga 12.00 siang, sudah adanya sanggar tarian khas melayu yang seharusnya dapat ditampilkan namun tidak ditampilkan oleh pihak pengelola

dikarenakan kurangnya biaya, benda benda peninggalan tidak dijelaskan apa dan siapa yang menggunakan, wisatawan tidak dapat merasakan suasana ataupun masih kurang mendapatkan penjelasan sejarah pada Kesultanan Deli dan dinilai masih kurang cukup untuk dinikmati wisatawan yang berkunjung. Banyak faktor yang menyebabkan minimnya kunjungan wisatawan ke Istana Maimoon, seperti kurang minat dari masyarakat Kota Medan dikarenakan kurangnya hal yang menjadi daya tarik dan atraksi pada Istana Maimoon, belum adanya hal yang menunjukkan kehidupan Kesultanan Deli pada masa lampau, kurang terawat dan menarik dibandingkan dengan destinasi wisata budaya lainnya.

Istana Maimoon sebagai salah satu Cagar Budaya di Kota Medan harus di lestarikan, dirawat, dan dijaga, oleh sebab itu penulis melihat adanya permasalahan pada kurangnya pengembangan pada Istana Maimoon guna menarik wisatawan berkunjung dan memberikan manfaat kepada penghidupan masyarakat sekitar, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Istana Maimoon Kota Medan Sumatera Utara. Hal ini dalam rangka dapat meningkatkan minat wisatawan daerah dan luar daerah agar dapat lebih mengenal budaya Melayu Kesultanan Deli dan memberikan peluang manfaat banyak untuk masyarakat sekitar Istana Maimoon.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Metode pendekatan yang dilakukan adalah metode survey, survey yang dimaksud pada penelitian ini adalah mengetahui pendapat dari berbagai partisipan dengan mewawancarai pada saat observasi penelitian berlangsung guna mendapatkan data pada pertanyaan penelitian.

Kajian ini akan menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Analisis SWOT ialah cara menggabungkan satu sama lain guna untuk mendapatkan hasil untuk kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang di dapatkan dari bermacam sumber, termasuk wisatawan, pemerintah, investor, dan sebagainya¹. Hal ini berkaitan dengan ruang lingkup pengembangan dalam konteks pengelolaan dan strategi yang menurut Sumodiningrat disebabkan oleh dua faktor utama yang saling berkait satu sama lain, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal². Faktor internal menyangkut permasalahan dan kendala yang berasal dari dalam individu atau masyarakat yang bersangkutan. Sementara faktor eksternal penyebab ketidakberdayaan adalah belum kondusifnya aspek kelembagaan yang ada. Berpijak pada hal tersebut, analisis SWOT merupakan salah satu teori yang sesuai untuk membedah ruang lingkup pelaksanaan strategi karena terdiri atas hubungan atau interaksi antar unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur- unsur penyusun strategi³

Dalam penyajian data laporan, laporan ini disusun dengan menggunakan pendekatan kualitatif atau disebut juga sebagai pendekatan naturalistik karena pendekatan dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); atau metode ethnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk bidang

¹ Daft, R. L. (2010). Era Baru Manajemen (9th ed.). Salemba Empat.

² Sumodiningrat. (1999). Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial. Jakarta: PT Gramedia.

³ Rangkuti, F. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif⁴

Kriyantono mengungkapkan bahwa menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara terperinci, mendetail, atau mendalam. Sehingga, dalam penyusunan laporan ini tidak mengutamakan besarnya sampling namun justru menggunakan sampling dengan sangat terbatas⁵

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Definisi, Tujuan, Manfaat dan Pendekatan Prestasi

Berdasarkan hasil pengamatan serta wawancara kepada Ahli Budaya, Akademisi, Pengelola/Pihak Keluarga, Pemandu Wisata, dan Wisatawan. Diungkapkan bahwa pengembangan potensi daya tarik di Istana Maimoon sangat penting dilakukan dikarenakan mampu menarik minat wisatawan untuk datang ke Istana Maimoon serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat ataupun penduduk Istana Maimoon, karena masyarakat bisa memanfaatkan peluang ini dengan cara berjualan souvenir, kuliner, ataupun lowongan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan, meningkatkan citra Istana Maimoon, dan upaya pendukung untuk menjaga kelestarian sejarah dan budaya Melayu.

Strategi pengembangan ditujukan guna untuk menghidupkan suasana di Istana Maimoon. Istana Maimoon menjadi salah satu icon untuk Kota Medan dan menjadi pusat perhatian dikarenakan tempat wisata tujuan utama di Kota Medan namun kurang optimal dari segala sisi, contohnya dari segi kebersihan, keamanan, kenyamanan, atraksi, serta pelayanan di Istana Maimoon. Sosialisasi yang dilakukan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) untuk memberikan pelatihan sadar wisata kepada pemandu wisata ataupun pengelola sudah dilakukan namun hasilnya masih dirasa kurang optimal karena pada kenyataannya kurang teraplikasi dengan baik.

Beberapa tahun kebelakang pihak Istana Maimoon kurang dalam pengembangan selain dikarenakan pandemi, banyak potensi yang dapat dikembangkan namun kurangnya dana menjadi penghambat untuk pengembangan beberapa potensi yang sudah ada di Istana Maimoon, seperti potensi tarian daerah yang sudah ada di Istana Maimoon namun tidak dimaksimalkan dengan menampilkannya secara rutin di Istana Maimoon, pakar pantun yang sudah ada namun tidak ditampilkan juga di Istana Maimoon, serta beberapa perawatan dan penampilan barang barang peninggalan Kesultanan Deli kurang tertata dengan baik.

Penelitian ini juga dianalisa menggunakan rancangan analisa SWOT yang merupakan penjabaran alternatif strategi. Adapun rancangan analisis SWOT yang akan ditelaah mencakup faktor internal meliputi kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) serta faktor eksternal mencakup tantangan (Threat) dan kesempatan (Opportunity) yang dirumuskan berdasarkan hasil wawancara sederhana.

⁴ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

⁵ Kriyantono R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

<p>yang baik antara Yayasan, Organisasi, Masyarakat dan Pemerintah untuk membangun dan mengembangkan.</p>	<p>potensi daya tarik dengan maksimal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Branding Istana Maimoon dengan mengadakan berbagai acara dengan melibatkan Yayasan, Organisasi, Pemerintah serta masyarakat. 	<p>ke Istana Maimoon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak Yayasan harus bekerjasama dengan pihak luar baik Masyarakat sekitar, Organisasi ataupun Pemerintah untuk melakukan tindakan memaksimalkan segi keamanan.
<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masih banyaknya wisatawan yang belum sadar akan kebersihan dan tidak mengikuti tata tertib. • Pengelola masih kurang sadar wisata • Masyarakat masih kurang mendukung dalam pengembangan Istana Maimoon • Potensi daya tarik yang ada belum semuanya dimaksimalkan oleh pihak pengelola 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengelola menambah SDM untuk mengelola kebersihan dan membuat petunjuk kebersihan di berbagai tempat. • Pemerintah melakukan pelatihan untuk pengelola agar dapat mengembangkan Istana Maimoon dengan maksimal. 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan kemandirian serta potensi daya tarik dengan melakukan pengembangan dan melatih pengelola akan sadar wisata, serta melihat saran dari berbagai penelitian untuk mendukung pengembangan agar masyarakat Kota Medan tertarik untuk datang

Hasil analisis ini masih berupa poin-poin sederhana yang belum melibatkan banyak pihak. Namun dari hasil analisis ini bisa menggambarkan strategi yang digunakan oleh Situs Cagar Budaya Istana Maimoon Kota Medan dalam melaksanakan Strategi Pengembangan Istana Maimoon, Kota Medan, Sumatera Utara disana.

Kesimpulan

Strategi pelaksanaan pengembangan Istana Maimoon Kota Medan berjalan sesuai dengan kaidah teori pengembangan daya tarik wisata budaya yang mampu meningkatkan peran pengelola untuk mengembangkan Istana Maimoon agar menjadi lebih tertata dan terkelola dengan baik. Pengembangan dilakukan dengan melibatkan Pemerintah, Pengelola, serta Masyarakat. Diduga dengan strategi pengembangan yang dilaksanakan disana maka timbul peluang bagi mereka untuk memaksimalkan diri dan potensi mereka. Sehingga, menjadi satu pembelajaran bagi masyarakat untuk menerima dan turut serta mendukung perkembangan Istana Maimoon. Analisis SWOT memberikan gambaran serta menunjukkan berbagai kemungkinan yang mampu menjadi

salah satu cara mengembangkan wisata budaya Istana Maimoon kedepannyad dengan mengindetifikasi faktor dari dalam (internal) serta faktor luar (eksternal).

Daftar Pustaka

- Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen* (9th ed.). Salemba Empat.
- Kirom, N. R., Sudarmiain, & Putra, I. W. J. A. (2016). *Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasna Wisatawan*.
- Kriyantono R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pasaribu, M. C. (2015). *Musik Melayu menjadi Daya Tarik Wisata Istana Maimoon*. Universitas Negeri Medan.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sumodiningrat. (1999). *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaring Pengaman Sosial*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surat Keputusan Istana Maimoon, (2010).
<http://cagarbudaya.kemdikbud.go.id/cagarbudaya/detail/PO2015111500080/istana-maimoon>
- UU Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya, (2010).
- Yayasan Sultan Ma'moen Al Rasyid. (2021). *Istana Maimoon*.