

ABSTRAK

OSWALD SITANGGANG. NIM 3113331025. Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Abadi Di Kecamatan Sei Bingai Kabupaten Langkat. Skripsi. Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Keadaan Sarana (Transportasi, WC Umum, Tempat Parkir, Tempat Sampah, Warung Makan, Souvenir, Pondok Pengunjung, dan Promosi). (2) Keadaan Prasarana (Jalan, Jaringan Listrik, Air Bersih, Jaringan Komunikasi). (3) Strategi Pengembangan Objek Wisata Kolam Abadi.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah seluruh kawasan objek wisata kolam abadi. Sumber data dari penelitian ini adalah Pemerintah Daerah khususnya Kantor Kebudayaan dan Kepariwisata Langkat, Pengelola Objek Wisata, Masyarakat Setempat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan komunikasi langsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Keadaan Sarana di lokasi objek wisata kolam abadi termasuk dalam kategori sedang dengan skor 17 (range untuk kategori sedang adalah 14,3 – 22,3). (2) Kondisi prasarana di lokasi objek wisata kolam abadi termasuk dalam Kategori Sedang dengan skor 8 (Range untuk kategori sedang adalah 7,6 – 10,2). (3) Strategi Pengembangan Objek Wisata oleh Pemerintah (a) Pemerintah telah melakukan koordinasi dengan Dinas Perhubungan dalam menyediakan transportasi atau angkutan umum. Saat ini pemerintah sedang mempersiapkan anggaran dalam pengadaan angkutan umum. (b) Melakukan promosi dengan mencetak brosur, *booklet*, dan *leaflet*. (c) Melakukan perbaikan jalan menuju lokasi objek wisata kolam abadi guna meningkatkan aksesibilitas dan menambah kenyamanan pengunjung. (d) Pemerintah daerah sudah menyediakan jaringan listrik di lokasi objek wisata kolam abadi; Strategi Pengembangan Objek Wisata oleh Pengelola (a) Pengelola objek wisata sudah memberikan fasilitas seperti pelampung untuk memberikan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan wisata di lokasi objek wisata. Selain itu pengelola juga sudah menambah 4 unit WC Umum. (b) Melakukan promosi dengan menggunakan media internet seperti facebook dan mempromosikannya melalui website. (c) Bekerjasama dengan HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia). (d) Memberdayakan masyarakat setempat untuk menjadi pemandu/guide; Strategi Pengembangan Objek Wisata oleh Masyarakat (1) Masyarakat di sekitar objek wisata ini masih kurang peduli dengan pengembangan objek wisata kolam abadi

