

Strategi Pemko Medan Dalam Mempertahankan Istana Maimun sebagai Ikon Wisata Kota Medan

Nurhikmah Fadilah¹, Zahra Saritza², Fadlan Aulia³, M. Fachri Anwar⁴

Irma Yusriani Simamora⁵

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Smatera Utara

fadilahnur2104@gmail.com¹, zahrasaritzaa0902@gmail.com²,

fadlaniksan05@gmail.com³, fahrianwar49@gmail.com⁴,

irmayusrianisimamora@uinsu.ac.id⁵

ABSTRACT

The tourist icon is one of the signs that characterizes a particular area. Each region must have its own tourist icon. One of them is the city of Medan, which has a tourist icon, the Maimoon Palace or what is commonly called the Deli Sultanate Palace. Is one of the icons of the country. To find out the strategy of Pemko Medan in maintaining the Maimoon palace, researchers used qualitative methods with a socio-cultural approach. The method used is in-depth interviews and documentation. From the results of the interview the strategy adopted by Pemko Medan is to continue to promote the Maimoon Palace on various social media, or major events held in the city of Medan. From the Maimoon palace itself, or major events held in the city of Medan. From the Maimoon Palace itself, it is to. Maintain comfort and cleanliness at the Maimoon Palace itself.

Keywords: strategy, maimoon palace, travel icon

ABSTRAK

Ikon wisata merupakan salah satu tanda yang menjadi ciri khas suatu daerah tertentu, Setiap daerah pasti memiliki ikon wisatanya masing-masing. Salah satunya adalah Kota Medan yang memiliki ikon wisata Istana Maimun atau yang biasa disebut Istana Kesultanan Deli. merupakan salah satu ikon kota Medan yang sudah banyak dikenal oleh para wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Untuk mengetahui strategi Pemko Medan dalam mempertahankan Istana Maimun, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan sosial budaya. Metode yang digunakan adalah wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Dari hasil wawancara tersebut strategi yang dilakukan oleh Pemko Medan adalah dengan terus mempromosikan Istana Maimun di berbagai media sosial, ataupun *event-event* besar yang diadakan di Kota Medan. Dari pihak Istana Maimun sendiri adalah dengan tetap menjaga kenyamanan dan kebersihan pada Istana Maimun itu sendiri.

Kata Kunci: strategi, istana maimun, ikon wisata

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak memiliki kekayaan yang beraneka ragam. Salah satunya wisata baik wisata alam, buatan ataupun wisata budaya. Adanya tempat wisata dapat memberikan dampak terhadap lingkungan yang ada di sekitarnya seperti dampak sosial, dampak ekonomi, dan sebagainya. Sehingga pariwisata sangat diandalkan dalam sektor dalam pembangunan nasional di sebuah

negara, karena pariwisata dapat meningkatkan pendapatan nasional maupun pendapatan daerah.

Pariwisata merupakan kompleksitas gejala sosial yang menyangkut kehidupan manusia secara utuh dengan berbagai aspek yaitu sosiologi, psikologis, ekonomis, dan ekologis¹. dan pariwisata juga merupakan sektor unggulan dalam pembangunan daerah, yang mana selain sebagai penggerak pada kegiatan ekonomi perkotaan tetapi juga sebagai sumber pendapatan².

Pariwisata memiliki peran penting dalam devisa negara serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Pariwisata berkontribusi secara signifikan terhadap PDB melalui berbagai cara. Yang pertama, konsumsi rumah tangga berkontribusi ketika orang membelanjakan uang untuk pariwisata domestik dan ketika pengunjung Indonesia menghabiskan uang di luar negeri. Konsumsi pemerintah juga penting karena investasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata dilakukan. Pariwisata menguntungkan ekspor karena wisatawan internasional membelanjakan uang untuk penginapan, transportasi, dan layanan lainnya. Sebaliknya, impor meningkat ketika pengunjung Indonesia membelanjakan uangnya di luar negeri. Terakhir, pertumbuhan ekonomi didorong oleh investasi dalam pengembangan pariwisata dan infrastruktur. Secara keseluruhan, unsur-unsur tersebut membentuk pengaruh besar pariwisata terhadap PDB³.

Sumatera Utara menjadi salah satu Provinsi yang memiliki salah satu ikon wisata yang sangat terkenal yaitu Danau Toba. Selain itu, ada satu kawasan yang sangat strategis, dan menjadi ibu kota dari Sumatera Utara yaitu Kota Medan. Kota Medan menjadi salah satu pilihan daerah wisata karena memiliki beraneka ragam wisata, di antaranya: wisata sejarah, kuliner, serta wisata budayanya. Wisata yang paling menarik bagi para wisatawan adalah wisata alam, dan wisata budaya. Sehingga sangat banyak wisatawan lokal dan wisatawan asing datang untuk berkunjung ke Sumatera Utara, lebih tepatnya kota Medan. Dalam hal ini tentu Pariwisata dan kebudayaan merupakan dua hal yang tidak akan terpisahkan dalam pembangunan serta pengembangan di Sumatera Utara khususnya Kota Medan.

Istana Maimun menjadi salah satu destinasi utama yang dikunjungi wisatawan asing maupun lokal. Istana Maimun adalah bangunan peninggalan Kesultanan Deli yang telah dibangun dan beroperasi pada tahun 1612 hingga sekarang. Ketertarikan para wisatawan pada Istana Maimun karena kebudayaan melayu yang masih sangat melekat dan terjaga sampai sekarang, mulai dari bangunan tua dan desain interior istana yang menarik dengan menggabungkan dua unsur kebudayaan yaitu perpaduan budaya barat dan budaya timur.

Sehingga karena ketertarikannya Istana Maimun menjadi tempat wisata yang paling identik sebagai budaya khas melayu dan ikonik wisata Kota Medan. Bahkan

¹ Muhammad Umar dkk, *Strategi Bisnis Pariwisata*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2020), h. 20

² Andjar Praetyo, *Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pendekatan Three Level Product Dan Five Force Level*, (Jakarta: Indocamp, 2021), h. 95

³ M. Akrom Khasan , *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*, Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Vol. No. , semarang, 2014, h. 83

sampai saat ini Istana Maimun telah banyak menampilkan musik khas dan irama khas Melayu sebagai hiburan bagi para wisatawan yang berkunjung sebagai bentuk wisata sejarah kebudayaan, yang mana demi melestarikan budaya melayu secara terus menerus. karenanya, diperlukan strategi yang jitu agar dapat mempertahankan kelestarian budaya asli melayu tanpa terjadinya akulterasi.

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani “Stratego” artinya merencanakan⁴. Strategi juga dikenal sebagai seni kepemimpinan, di mana dalam konteks militer, strategi merujuk pada cara penempatan pasukan di medan perang untuk mengalahkan musuh.⁵ Dalam strategi pengembangan pariwisata, tentunya akan difokuskan pada terus meningkatkan dan mengembangkan sektor ini guna memperluas dan menyamakan peluang bisnis dan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkaya budaya sambil menjaga identitas nasional dan nilai-nilai agama, serta tetap memperhatikan keberlanjutan terkait fungsi lingkungan dan kualitas hidup.⁶

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan sosial budaya. Pendekatan sosial budaya merupakan pendekatan yang melakukan perubahan dalam kehidupan sosial karena kehidupan masyarakat bagian dari perubahan kebudayaan⁷. Metode yang digunakan adalah wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan secara mendalam seperti memahami konstruk-konstruk yang digunakan orang yang diwawancara sebagai dasar untuk keyakinan dan pendapat mereka mengenai isu, situasi dan produk tertentu⁸, dalam hal ini dengan pihak pengelola atau para keturunan (pewaris) Istana Maimun, juga melakukan wawancara ke pemerintah Kota Medan khususnya Dinas Pariwisata untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh berbagai pihak untuk mempertahankan Istana Maimun sebagai ikon wisata Kota Medan.

HASIL PENELITIAN

Profil Istana Maimun

Istana Maimun, yang terletak di Jalan Brigjen Katamso, No. 66, Aur, Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara, adalah salah satu objek wisata kota ini. Istana Maimun juga merupakan peninggalan Kerajaan Kesultanan Deli, yang didirikan pada tahun 1973 oleh Sultan Al-Rasyid Perkasa Alamsyah. Istana ini pernah ditempati oleh empat Sultan Kerajaan Deli yang memerintah pada masa sebelum dijadikan objek wisata.

⁴ La Rajab dan Muhajir, *Strategi Pengembangan Madrasah Menjadi Lembaga Pendidikan Modern; Kajian Manajemen Pendidikan Islam*, (Sleman: Deepublish, 2023), h. 13

⁵ Ajat Rukajat, *Manajemen Pembelajaran*, (Sleman: Deepublish, 2018), h. 41

⁶ Abdi Sakti Walenta, *Pengembangan Citra Wisata Di Kabupaten Poso*, (Sigi: Feniks Muda Sejahtera, 2023), h. 69

⁷ Muhammad Sadi, *Hukum Pemerintahan: Dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana), 2021, h. 312

⁸ Cristine Daymo dan Immey Holloway, *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*, (Yogyakarta: Penerbit Bintang), h. 261

Istana Maimun didirikan pada tahun 1988, dengan arsitek asal luar negeri, TH Van Erp, merancang bangunan ini. Marmer, meja, lemari, kursi, dan pintu-pintu dibuat dengan menggabungkan peradaban Belanda dan Melayu. Bangunan istana terbagi menjadi tiga bagian: bangunan utama, bangunan sayap kanan, dan bangunan sayap kiri. Setiap struktur ini memiliki dua lantai; namun, bangunan sayap kanan tidak tersedia bagi wisatawan karena ditempati oleh keturunan dinasti Sultan.

Pada saat Kesultanan Deli masih sangat kuat politiknya, di lantai 1 merupakan area yang secara keseluruhannya digunakan sebagai tempat istirahat dan kamar bagi keluarga dan kerabat kerajaan bagi wanita keseluruhan. Sedangkan sayap bagian kiri diperuntukkan para laki-laki keseluruhan. Istana Maimun awalnya tidak dijadikan tempat wisata hanya yang berizin resmi saja yang dapat mengunjunginya seperti siswa maupun mahasiswa. Dan pada tahun 2007 barulah di buka sebagai tempat wisata umum, seluruh masyarakat Indonesia maupun luar dapat mengunjungi dan menikmati budaya Melayu.

Ketika berkunjung ke Istana Maimun para pengunjung akan disuguhi oleh koleksi-koleksi peninggalan Kesultanan Deli baik yang direplika maupun asli. Selain, itu juga didalamnya juga ada disediakan jasa sewa baju adat Melayu untuk para pengunjung yang ingin berfoto sebagaimana para bangsawan di zaman dahulu. Untuk biaya masuk ke Istana Maimun bertarif Rp. 15,000 per orang pada tahun 2022.

Istana Maimun adalah objek wisata yang sering dikunjungi oleh pelajar dan bahkan wisatawan asing karena dapat memberikan informasi tentang keberadaan peradaban dan perkembangan budaya Melayu di kota Medan. Yayasan Sultan Ma'moen Al Rasyid terus mengoperasikan Istana Maimun, yang juga digunakan sebagai lokasi upacara dan kegiatan lain oleh Sultan Deli dan keluarganya.

Dan untuk sampai saat ini Istana Maimun diwariskan kepada Sultan Deli ke-14 yang bernama Mahmud Lamantjiji Perkasa Alam yang lahir di Makassar, 20 Agustus 1998 dari pasangan Diraja Alm. Seripaduka Tuanku Otteman Mahmud Perkasa Alam dan Siska Marabintang.

Strategi Dalam Mempertahankan Ikon Wisata Kota Medan

Berdasarkan informasi dan data yang peneliti dapatkan dari Rafsan Jani selaku narasumber (pengelola) bahwasanya dalam mempertahankan Istana Maimun sebagai ikon wisata Kota Medan dengan selalu menjaga ketertiban dan kebersihan demi kenyamanan pengunjung, kemudian selalu mengkomunikasikan kepada pihak-pihak produsen untuk tidak terlalu *over* dalam mempromosikan produknya, agar para pengunjung merasa tetap merasa nyaman saat berkunjung. Dan untuk menarik daya tarik wisatawan dibukalah wahana sepeda listrik dan baju adat juga menjadi pemikat wisatawan baik luar maupun dalam negeri.

Dalam menjalankan strategi tentu akan ada hambatan yang akan dihadapi, salah satu hambatan yang dihadapi pihak pengelola ialah orang yang berjualan di dalam Istana Maimun sehingga dapat mengganggu pandangan dan ikon-ikon Istana Maimun.

Kris John Predy Ginting (bidang destinasi) menyebutkan bahwa Dinas Pariwisata hanyalah sebagai fasilitator yang akan membantu dalam proses mempromosikan Istana Maimun dan budaya Melayunya. Dijadikannya Istana

Maimun sebagai ikonik Kota Medan karena potensi alam yang dimiliki kurang maka melalui cagar alam (*heritage*) dapat meningkatkan pariwisata di Indonesia. Sehingga demi menaikkan potensi pariwisata di Kota Medan dijadikanlah Istana Maimun sebagai ikon Kota Medan. Dapat dikatakan Dinas Pariwisata sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan budaya Melayu kepada masyarakat melalui media *online*, cetak dan acara-acara seperti seminar, *event* dan sebagainya demi melestarikan budaya Melayu yang terdapat Istana Maimun.

KESIMPULAN

Istana Maimun menjadi ikon wisata kota Medan dan boleh dikunjungi oleh semua kalangan dimulai pada tahun 2007. Awalnya Istana Maimun hanya boleh dikunjungi oleh tamu-tamu resmi, anak sekolah, dan anak kuliah hal ini terjadi karena antar keluarga ada yang setuju dan tidak setuju, jika Istana Maimun dijadikan tempat wisata. Namun sejak tahun 2007 Istana Maimun resmi dijadikan tempat wisata, bahkan menjadi ikon wisata Kota Medan. Hingga saat ini wisatawan yang berkunjung ke Istana Maimun masih terus meningkat, terlebih pasca Covid-19, para pengunjung membludak.

Pemerintah Kota Medan dan pihak Istana Maimun tetap bekerja sama untuk terus mempromosikan dan memberikan pelayanan yang terbaik, agar para pengunjung tetap nyaman, dan merasa senang ketika datang ke Istana Maimun tersebut. Tentunya selalu ada hambatan yang dialami para pengelola untuk terus mempertahankan Istana Maimun tetap disukai oleh masyarakat. Hambatan tersebut berasal dari para pedagang yang berjualan di sekitar Istana Maimun, maka solusinya agar para pedagang tidak terlalu berlebihan dalam menawarkan dagangannya, sehingga membuat pengunjung menjadi tidak nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Daymo, Cristine dan Immy Holloway. 2007. Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications. Yogyakarta. Penerbit Bintang.
- Hasibuan, Y. P. (2020). Peran Komunitas Historical Sumatera Utara dalam Mempromosikan Situs Sejarah Islam di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Khasan, M. Akrom. 2014. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Vol. No. 2. Semarang.
- Pane, D. N. (2022). PENINGKATAN INDEK PARIWISATA KOTA MEDAN DENGAN ISTANA MAIMUN SEBAGAI PENAMBAHAN INCOME MASYARAKAT MEDAN SEKITAR. Jurnal Badan Pengembangan Dan Penelitian, 10(2), 45-50.
- Praetyo, Andjar. 2021. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pendekatan Three Level Product Dan Five Force Level. Jakarta. Indocamp.
- Rajab, La dan Muhajir. 2023. Strategi Pengembangan Madrasah Menjadi Lembaga Pendidikan Modern; Kajian Manajemen Pendidikan Islam. Sleman. Deepublish.
- Rukajat, Ajat. 2018. Manajemen Pembelajaran. Sleman. Deepublish.

- Sa'ada, N. A. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Sadi, Muhammad. Hukum Pemerintahan: Dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam. Jakarta. Kencana.
- Umar, Muhammad dkk. 2020. Strategi Bisnis Pariwisata. Padang. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Walenta, Abdi Sakti. 2023. Pengembangan Citra Wisata Di Kabupaten Poso. Sigi. Feniks Muda Sejahtera.