

## **PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM DANAU RANAU DI PERBATASAN KABUPATEN LAMPUNG DAN OGAN KOMERING ULU**

**Putri Ayu Lestari<sup>1</sup>, Lesi Hertati<sup>2</sup>, Lilis Puspitawati<sup>3</sup>, Rilla Gantino<sup>4</sup>, Meifida Ilyas<sup>5</sup>**

FEB Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri<sup>1,2</sup>  
Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Komputer<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Esa Unggul<sup>4</sup>  
Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Satyia Negara<sup>5</sup>  
**Email Korespondensi: Puputa295@gmail.com**

### **ABSTRACT**

The purpose of this community service is to support one of the tourism objects that can support the economy on the border of Lampung Regency and Ogan Komering Ilir Regency, this location is also known as the lake. Because the place is very beautiful and cool and the trees are very beautiful. many people from various regions visit and vacation in this lake. Development is done by making directions to the location of the tourist attraction. The method applied is by interviewing visitors to tourist attractions and photo spots, village websites and promotions, publications on social media.

The development of tourism is very dependent on the visitors who come to visit the place. The increase in the number of visits that occur is a reflection of the continued development of tourism to maintain and increase the number of tourist visits. Tourism development is an effort to improve or improve the facilities and services needed by the community.

**Keywords: Development, Tourism, Lake Ranau**

### **ABSTRAKSI**

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk menunjang salah satu obyek wisata yang dapat menunjang perekonomian di perbatasan Kabupaten Lampung dan Kabupaten Ogan Komering Ilir, lokasi ini juga dikenal dengan sebutan danau. Karena tempatnya sangat asri dan sejuk serta pepohonan yang sangat asri. banyak orang dari berbagai daerah berkunjung dan berlibur di danau ini. Pengembangan dilakukan dengan membuat petunjuk arah menuju lokasi objek wisata. Metode yang diterapkan adalah dengan mewawancarai pengunjung tempat wisata dan spot foto, website desa dan promosi, publikasi di media sosial.

Perkembangan pariwisata sangat bergantung pada kunjungan yang datang mengunjungi tempat tersebut. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cerminan dari terus berkembangnya pariwisata untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pengembangan pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat.

**Kata kunci: Pembangunan, Pariwisata, Danau Ranau**

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Pariwisata dapat terbentuk apabila ada pelaku wisata (demand) yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan sistem promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (supply). Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus-menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya (Beard, Scarles, Tribe, 2016: Bell,et,all, 2018: Connell, 2006 )

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, di perbatasan Provinsi Lampung dan Sumatra Selatan memiliki berbagai kekayaan yaitu berupa kekayaan alam, budaya, hasil pertanian, bahasa, suku. Berbagai kekayaan yang dimiliki di perbatasan Provinsi Lampung dan Sumatra Selatan merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha penanganan dan peningkatan kepariwisataan. (Geneva, ohannesson, 2005: Hoyez, 2007: Jones., 2009: Kim,et,all, 2015).

Danau Ranau adalah salah satu objek wisata di perbatasan Lampung dan Ogan Komering ulu yang memiliki potensi wisata yang besar, jika objek wisata di danau ranau ini di perhatikan bukan tidak mungkin danau ranau akan menjadi tujuan wisatawan dalam beberapa tahun ke depan. Masing-masing Kecamatan tersebut mempunyai objek wisata yang dapat dikembangkan. Pengembangan daerah wisata ini secara ekonomi dapat dikembangkan dengan tujuan: menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang, menciptakan wisatayangnyaman dan aman sehingga wisatawan betah untuk berlama-lamatingggal di tempat wisata, dan bagaimana supaya mereka dapat membelanjakan uangnya di tempat wisatatersebut.<sup>16</sup>Selain itu pariwisata juga dapatmenghasilkan keuntungan berbagai macam bisnis yang menciptakan banyak lapangan pekerjaan (Bilodeau & Potvin, 2018: Brewster, 2014: Comerio, Strozzi, 2019: Wilson, 2003).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lainnya, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi alat untuk memenuhi keinginan yang

beraneka ragam. Danau Ranau diresmikan menjadi sentral kegiatan pariwisata pada tahun 1997 pada saat masa jabatan Gubernur H. Ramli Hasan Basri. Danau ranau ini berbentuk seperti bulan sabit, luas danau ranau sendiri secara keseluruhan kurang lebih 125km<sup>2</sup> dimana sepertiga dari danau ranau masuk ke Daerah Provinsi Lampung Barat dan dua pertiganya masuk dalam Provinsi Sumatra Selatan. Menurut penjelesan Bapak Ali Sambas selaku Kepala Desa Way Panas danau ranau ini rata-rata kedalaman 174 M, sampai 229 M, danau ini merupakan danau terbesar kedua di sumatra setelah danau toba. Desa Way Panas merupakan daerah yang potensial yang berada di kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Desa Way Panas adalah mayoritas masyarakat suku lampung yang beragama islam. Tingkat penghasilan masyarakat setempat masih tergolong rendah, karena masyarakat hanya bergantung pada hasil pertanian dan sebagai nelayan. (Wang., Cui, 2018; Wang, Xu, Huang, 2020).

### **Analisis Situasi**

Serta keindahan alam di Danau Ranau yang di kelilingi perbukitan dan tepat di belakang mata air panas ini ada gunung semiring yang menjulang tinggi ditambah di area pinggiran danau ini banyak kolam ikan (keramba) milik masyarakat sekitar menjadi salah satu dari banyaknya daya tarik yang disuguhkan oleh wisata pemandian way panas ini kepada wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan alam tersebut, sehingga bisa menjadi tempat yang nyaman untuk menghilangkan stres selama bekerja. Bagi masyarakat setempat bisa meningkatkan perekonomian mereka (Kearns, Collins, 2014; Lestari. & Hertati, 2020).

Selain itu juga banyak masyarakat yang membuka warung-warung menjual berbagai hasil dari pertanian dari masyarakat sekitar seperti : jambu alpukat, sirsak, kopi bubuk, kelapa muda ikan khas Danau Ranau baik ditangkap langsung dari danau maupun dari keramba warga, serta berbagai jenis makanan dan juga banyak masyarakat yang menyewakan berbagai jenis perlengkapan renang di area Danau Ranau (Conradson, 2005; Chotimah & Wasita, 2018; Crooks, et, all, 2010; Dedeke, 2017; Garcia, et, all, 2015).

Pemandian Way Panas, ada pula masyarakat yang menyediakan jasa transportasi motor air bagi wisatawan yang ingin menyebrang ke wisata pemandian way panas. Di harapkan bisa mendorong peningkatan perekonomian masyarakat. masyarakat yang membuka usaha di taman wisata ini buka setiap harinya meskipun pengunjung yang datang tidak sebanyak pada hari-hari libur maupun hari-hari besar. Hadirnya wisata danau ranau ini memberikan akses bagi wisatawan dan masyarakat yaitu dibangunnya sarana-prasarana dan akses jalan darat yang memberikan keuntungan sendiri bagi masyarakat berupa akses jalan. Sehingga masyarakat memiliki keuntungan ganda, yang pertama yakni keuntungan untuk menjual hasil pertanian yang menjadi lebih cepat dan mudah serta bisa dijual di taman wisata kepada para wisatawan yang berkunjung. Yang kedua yakni dengan adanya taman wisata ini maka dibangunlah infrastruktur

jalan yang memadai, masyarakat bisa menjual hasil pertanian dengan memasarkan dipusat perputaran perekonomian. (Duff, 2011: Duff, 2011: Dyer,et,all, 2007: Foley, 2015).

Pengelolaan dan pengembangan dapat dilakukan dengan menentukan faktor yang akan menjadi peran penting dan pendukung untuk mengembangkan pengunjung mengunjungi objek wisata Danau Ranau. Lebih lanjut Edensor ( 2000) dan Hertati, Widiyanti, Desfitriana, Syafarudin. (2020) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu objek wisata, yaitu:

1. Objek wisata itu harus mempunyai sesuatu yang menarik untuk dilihat dan tentunya berbeda dengan yang dimiliki tempat lain (*something to see*).
2. Dilokasi objek wisata harus tersedia kegiatan yang dapat dilakukan oleh visitor (*fishing, tracking, dll*).
3. Dilokasi objek wisata harus tersedia dengan apa yang disebut *something to buy*

Pengembangan objek wisata merupakan suatu hal yang besar karena melingkupi banyak pihak, biaya, pemikiran, partisipasi dari warga setempat, pemerintah dan investor yang berminat. Pengembangan daya tarik wisata sendiri memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik yang akhirnya dapat menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh banyak orang disamping untuk konservasi objek wisata itu sendiri. Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan obyek wisata Danau Ranau mudah dicari oleh pengunjung
2. Membuat spot untuk lokasi foto di lokasi wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokasi wisata.
3. Melakukan promosi dan sosialisasi obyek wisata Teluk Jering kepada masyarakat menggunakan media sosial dan media online.

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata (Deleuze & Guattari, 1988). Pariwisata menjadi andalan utama sumber devisa karena Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki beraneka ragam jenis pariwisata, seperti wisata alam, sosial maupun wisata. Pengembangan objek membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah (Smith, 2014: Van Der Duim,2017: Hall, 2011).

Sesuai dengan tugas dan kewenangannya, pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsinya dalam pembuatan dan penentu seluruh kebijakan terkait pengembangan objek dan daya tarik wisata. Daya tarik dalam objek wisata merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan objek wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk

mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut (Nagib, & Williams, 2018; Rodger & Moore, 2009; Haldrup, Larsen, 2006)

Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam pengembangan objek wisata adalah (Deleuze & Guattari, 1988):

1. Kualitas objek wisata yaitu bagaimana untuk mengupayakan dan menjaga kelestarian alam
2. Keunikan agar banyak pengunjung dapat rekreasi.
3. Promosi melalui media sosial (instagram), youtube dan website
4. Sumber daya manusia yang menjaga kelestarian objek wisata
5. Inovasi objek wisata yakni bagaimana untuk melestarikan objek wisata yang baik

Supaya obyek wisata ini dapat dikenal maka perlu dilakukan promosi. Promosi dapat dilakukan menggunakan media online yaitu website, media sosial instagram dan youtube. Penggunaan website sebagai media promosi dilakukan dengan mengintegrasikan dengan website dinas pariwisata. Informasi yang (Zhong, & Deng , 2011) Media sosial seperti instagram juga sudah digunakan sebagai media promosi. Hal ini karena masifnya penggunaan smartphone dan kemudahan untuk mengakses media internet. Instagram merupakan media jejaring sosial yang memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk melakukan kegiatan pariwisata (Wu, 2013). Alasannya adalah instagram merupakan media jejaring sosial berbasis foto dan video. Pengguna instagram di Indonesia saat ini berkisar 22 juta orang, sehingga media ini sesuai sekali digunakan sebagai media promosi. Selain instagram, promosi dapat juga digunakan dengan youtube yang merupakan situs berbagi video yang disediakan oleh google. Penggunaan YouTube dalam mempromosikan objek wisata sangat bergantung bagaimana video yang diupload, durasi, pengambilan gambar, *backsound*, dan *scene* kawasan objek wisata (Wilson, 2011).

## TUJUAN DAN MANFAAT

Danau Ranau adalah danau terbesar kedua di Sumatra setelah Danau Toba. Jaraknya sekitar 8x16 km<sup>2</sup> dengan pemandangan Gunung Semiung di bagian belakangnya. Danau ini juga dikelilingi oleh perbukitan dan lembah. Apalagi airnya yang begitu jernih semakin menambah pesona. Danau Ranau ini terletak di perbatasan Kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung dan Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Provinsi Sumatra Selatan. Danau ini tercipta dari gempa besar dan letusan vulkanik dari gunung berapi yang membuat cekungan besar. Terletak pada posisi koordinat 4°51'45"LS,103°55'50"BT. Secara geografis topografi danau Ranau adalah perbukitan yang berlembah hal ini praktis menjadikan danau Ranau memiliki cuaca yang sejuk. Danau terkenal sering para nelayan untuk mencari ikan seperti

mujair, kepor, kepiat, dan harongan. Tepat di tengah danau terdapat pulau yang bernama Pulau Marisa.

Di sana terdapat sumber air panas yang sering digunakan para penduduk setempat ataupun para wisatawan yang datang ke pulau tersebut, terdapat air terjun, dan penginapan. Danau ini juga menjadi objek wisata andalan dari Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Ada tiga tempat tujuan utama bagi para pengunjung Danau Ranau, yaitu Wisma PT Pusri (Sumatra Selatan), Pantai Sinangkalan (Sumatra Selatan), dan Wisata Lombok (Lampung). Danau Ranau terbentuk dari hasil proses alami melalui gempa dan ledakan vulkanik yang menciptakan serpih besar. Sebuah aliran dari Gunung Semiung kemudian mengosongkan serpih ini yang mengubahnya menjadi danau.

Di kaki Gunung Semiung terdapat air panas alami yang berasal dari dasar danau. Sebuah air terjun, yaitu Subik, juga bisa dilihat di sekitar danau. Danau Ranau terletak di perbatasan Lampung Barat, Provinsi Lampung. Di bagian tengah danau terdapat sebuah pulau yang oleh penduduk setempat menyebutnya Pulau Marisa. Pulau ini merupakan daerah persawahan yang cukup luas, pohon-pohon kelapa dan hutan yang menjadi rumah bagi beberapa jenis hewan primata. Selain populer dengan keindahan alam yang ditawarkan, Danau Ranau juga terkenal dengan ikan-ikan di danau yang cukup besar, mulai dari ikan mujair, ikan harongan, ikan kepiat dan ikan kepor. Untuk aktivitas yang lebih berharga dan menyenangkan, Anda dapat memancingnya sendiri dan membakar di tepi danau. Apabila Anda tidak suka memancing atau menangkap ikan, Anda cukup hanya membeli ikan dari nelayan setempat di sekitar danau.

Danau Ranau terbentuk dari hasil proses alami melalui gempa dan ledakan vulkanik yang menciptakan serpih besar. Sebuah aliran dari Gunung Semiung kemudian mengosongkan serpih ini yang mengubahnya menjadi danau. Di kaki Gunung Semiung terdapat air panas alami yang berasal dari dasar danau. Sebuah air terjun, yaitu Subik, juga bisa dilihat di sekitar danau. Danau Ranau terletak di perbatasan Lampung Barat, Provinsi Lampung. Di bagian tengah danau terdapat sebuah pulau yang oleh penduduk setempat menyebutnya Pulau Marisa. Pulau ini merupakan daerah persawahan yang cukup luas, pohon-pohon kelapa dan hutan yang menjadi rumah bagi beberapa jenis hewan primata. Selain populer dengan keindahan alam yang ditawarkan, Danau Ranau juga terkenal dengan ikan-ikan di danau yang cukup besar, mulai dari ikan mujair, ikan harongan, ikan kepiat dan ikan kepor. Untuk aktivitas yang lebih berharga dan menyenangkan, Anda dapat memancingnya sendiri dan membakar di tepi danau. Apabila Anda tidak suka memancing atau menangkap ikan, Anda cukup hanya membeli ikan dari nelayan setempat di sekitar danau. (Yan & Williams., 2002)

Danau Ranau tidak hanya untuk kebutuhan air irigasi saja, namun berpotensi untuk kegiatan pariwisata alam karena pemandangan disekitarnya sangat indah, luas dan udaranya

yang menyejukan cocok untuk menghilangkan kepenatan di Kota akibat beban pekerjaan sehari-hari. Banyak objek wisata disekitar danau ini, selain kita dapat menikmati indahnya pemandangan alam Gunung Seminung dan birunya air danau juga ada tempat wisata lainnya seperti Pulau Mariza yang berada ditengah danau, pemandian air panas yang mengandung belerang dan air terjun Subik Tuha. Masyarakat setempat percaya mandi ditempat ini bisa menyembuhkan penyakit, terutama penyakit kulit. Selain pemandangan alam, juga dapat dilihat hamparan sawah yang luas dan menghijau serta kebun kopi milik rakyat. Untuk menuju pulau tersebut tersedia transportasi berupa perahu motor melalui Dermaga Banding Agung atau Dermaga PT. Pusri dengan harga tiket yang cukup murah dan dapat dijangkau.

Danau Ranau dapat dicapai dari kota muara dua ibukota Kabupaten OKU Selatan melalui jalan darat sekitar 1,5 jam atau dari Kota Palembang sekitar 8 jam. Juga dapat dicapai melalui jalan darat dari kota Liwa ibukota Kabupaten Lampung Barat sekitar 1 jam atau dari Bandar Lampung sekitar 6 jam. Walaupun cukup jauh, tetapi akses jalan menuju lokasi tersebut cukup bagus. Bagi yang ingin bermalam disana juga tersedia penginapan yang representatif seperti Villa PT. Pusri yang terletak persis ditepi Danau Ranau, untuk mendapatkan view yang bagus dapat memesan kamar type cottage. Selain itu juga terdapat Mess air terjun serta beberapa hotel dan penginapan lainnya sekelas bintang dua dengan sewa kamar yang masih bisa dijangkau, juga tersedia kuliner yang nikmat dan lezat. Memang belum ada sarana transportasi udara disaerah ini, namun di Desa Banding Agung di Kabupaten OKU Selatan sudah terdapat bandara perintis tetapi masih dalam kajian instansi terkait untuk perpanjangan landasan pacuannya/runway menjadi 1600 meter agar dapat didarati oleh pesawat sejenis ATR, demikian pula Bandara Taufik Kiemas di Liwa Kabupaten Lampung Barat. Setiap liburan akhir tahun atau hari libur nasional Kawansan Wisata Danau Ranau banyak dikunjungi oleh wisatawan, karena keindahan alamnya yang luar biasa dan tidak ada didaerah wisata lainnya.

Di desa Lumbok Siminung juga telah dibangun tourism center oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Barat, ditempat ini terdapat gardu pandang yang dapat melihat keadaan Danau Ranau sejauh mata memandang. Tidak jauh dari tempat ini kita dapat menyaksikan peternakan ikan yang diusahakan oleh penduduk setempat. Selain itu bagi yang hobi olahraga air, didanau ini juga sangat cocok untuk melampiaskan kegemarannya tersebut. Demikian juga yang hobby outbond kawasandisekitar Danau Ranau sangat strategis. Selamat menikmati semoga berkesan.





Gambar 1 : Lokasi wisata Gunung dan danau lokasi Danau Ranau.



Gambar 2 : Lokasi wisata Pantai dan Danau lokasi Danau Ranau.

Menuju lokasi Dari bandara Sultan Mahmud Badaruddin II di Palembang, pengunjung bisa menyewa mobil ke Danau Ranau. Jika Anda ingin naik kendaraan umum, Anda bisa menghentikan bus atau jenis transportasi lokal lainnya di Baturaja. Selain itu, Danau Ranau bisa dicapai dengan mobil pribadi dari Bandar Lampung melalui Kemuning dan Bukit Liwa. Jalannya sudah beraspal namun melengkung sepanjang jalan, di perbatasan Kabupaten OKU tepatnya (di bagian selatan Provinsi Sumatera Selatan dan Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung). Orang juga bisa mencapai lokasi dengan rute yang berbeda. Jaraknya kurang lebih 324 km dari kota Palembang, sekitar 130 km dari kota Baturaja, dan 50 km dari Muara Dua. Danau Ranau telah dilengkapi dengan wahana Jet sky dan Banana Boat, agar wisatawan dapat bermain air dan menyusuri keindahan permukaan Danau.





Gambar 3 : Lokasi wisata Laut lokasi Danau Ranau.

Biasanya dihari-hari besar atau diakhir pekan Danau Ranau selalu dipadati oleh pengunjung dari lokal, luar daerah maupun mancanegara. Mereka mengisi waktu dengan menikmati pesona Danau Ranau dilengkapi Gunung Seminung yang menjulang tinggi. Selain Danau Ranau, ini lima tempat disekitarnya yang kerap digandrungi atau tujuan wisatawan.

#### **1. Pulau Marisa**

Pulau marisa merupakan satu-satunya pulau yang berada di tengah Danau Ranau. Pulau ini masih memiliki hutan yang masih natural serta buah kelapa yang kerap dipetik pengunjung ketika ke pulau tersebut.



Gambar 4 : Lokasi wisata Laut lokasi Danau Ranau.

## 2. Air Terjun Subik Tuha

Air terjun dengan ketinggian puluhan meter ini terdapat di sebelah kiri sebelum penginapan Pusri, dari arah Dermaga Banding Agung Danau Ranau. Menjadi salah satu tujuan wisatawan saat ke Danau Ranau karena pengunjung tidak perlu menyebrangi Danau untuk menuju lokasi wisata yang satu ini. Pengunjung dapat mencapai lokasi dengan mudah, serta dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun mobil, air terjun ini masih terjaga keasriannya, memiliki bebatuan serta air yang sejuk.



Gambar 5 : Lokasi Wisata Air Terjun Lokasi Danau Ranau.

### 3. Pantai Pelangi

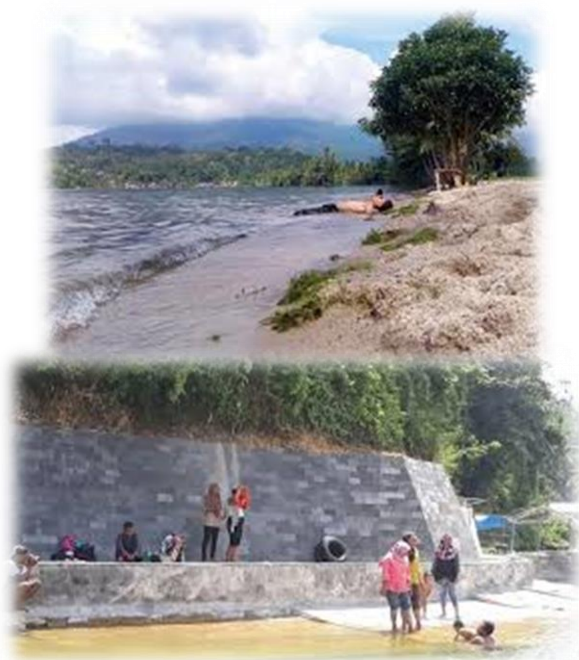
Pantai pelangi merupakan tujuan wisata pavorit di Wisata Danau Ranau. Walaupun baru berusia lebih kurang dua tahun pantai buatan dengan panjang kurang dari 1 Kilometer ini, menjadi tujuan wisata keluarga saat mengunjungi Danau Ranau. Tempat ini merupakan lokasi yang cocok sebagai tempat wisatawan menikmati pemandangan Danau Ranau dan Gunung Seminung serta deburan ombak dibibir pantai.



Gambar 6 : Lokasi Wisata Pantai Lokasi Danau Ranau

### 4. Wisata Air Panas

Wisata air panas juga merupakan lokasi yang kerap menjadi tujuan pengunjung. Setelah mengunjungi Pulau Marisa biasanya pengunjung menyempatkan diri ke wisata Air Panas. Berada tidak jauh dari kaki Gunung Seminung, sehingga suhu air di Wisata bersuhu panas, selain itu warga setempat percaya wisata ini dapat menyembuhkan penyakit kulit. Menuju lokasi Wisata Air Panas, pengunjung dapat menempuh jalur darat maupun menyebrangi Danau Ranau, apabila lewat jalur darat dapat melewati jalan Desa Kota Batu. Objek wisata ini salah satu hal yang wajib dikunjungi saat berkunjung ke daerah danau ranau sebab pemandian air panas ini dikenal dengan banyak manfaat bagi tubuh jika kita mandi didalam nya.



Gambar 7 : Lokasi Wisata Pantai Lokasi Danau Ranau

### **5. Ranau Rafting**

Ranau Rafting merupakan saluran air dari Kecamatan Mekakau Ilir hingga berakhir di Danau Ranau, akan tetapi air yang hijau serta arus yang cukup deras membuat saluran air ini menjadi tempat pavorit tempat rafting.



Gambar 8 : Lokasi Wisata Air Terjun Lokasi Danau Ranau

Kelebihan dari tempat wahana Ranau Rafting, jarang sekali ditemui air keruh disaat musim penghujan, atau air surut derastis disaat musim kemarau. Tak heran kerap menjadi tujuan wisata untuk bermain rafting para pengunjung wisata, bahkan istri Kapolda Sumsel Ketua Bhayan Sumsel Ardina Safitr baru baru ini pernah menaklukkan ekstremnya salas satu wisata yang satu ini. Hal itu dikarenakan, pinggiran aliran sungai berupa tumbuhan dan pepohonan masih terjaga, membuat suhu air yang jernih kebiruan serta terjaga kebersihannya. Selain pepohonan yang tumbuh liar keindahan alam di daerah tersebut juga ditambah dengan hijau nya perkebunan warga sekitar sehingga menambah kesan alami yang sangat menakjubkan, ranau rafting ini adalah salah satu objek wisata yang juga sangat digemari oleh wisatawan. (Hibbert,et.all, 2013: Hertati, Mustopa.,Widiyanti, Safkaur, 2020).

Meski jarak yang ditempuh sedikit jauh dari pusat kota Palembang, yang memakan waktu hingga +- 7 jam namun semua akan terbayar dengan keindahan alam yang disuguhkan oleh salah satu daerah dataran tinggi yang ada disumatera selatan, objek wisata ala ini memng sangat digemari oleh masyarakat terutama masyarakat perkotaa sebab di daerah perkotaan terutama kota Palembang wisata alam sangat lah sukar ditemui, oleh sebab itu tak jarang masyarakat perkotaan rela menempuh perjalanan jauh agar bisa menikmati keindahan alam dan sekedar berfoto foto, sebab kejenuhan didunia pekerjaan dan padat nya rutinitas yang biasa dilakukan membuat orang akan mencari sebuah tempat yang dimana dirinya melepas penat, hal



ini lah yang sangat menguntungkan bagi masyarakat sekitar dengan cara berjualan makanan oleh-oleh hingga penginapan, namun ada satu hal yang harus diperhatikan oleh pemerintah setempat, yaitu sampah yang akan berserakan ketika sudah banyak orang yang banyak mengubnjugi tempat tersebut (Hjalager,et,all, 2016: Marsh,et,all, 2017: Mueller, Kaufmann, 2001: Oster,et,all, 2011: Page, 2007: Smith, Luginah, Lockridge).

## TEMPAT DAN METODE PELAKSANAAN

Pengembangan Objek Wisata alam mengadopsi kerangka kerja konseptual relasional untuk menghubungkan langka terapeutik dan wisata objek alam. Secara non-relasional dan relasional dari pengembangan objek wisata alam. Konstruksi struktural tradisional pariwisata menekankan perbedaan antara permintaan pariwisata dan penawaran pariwisata, dan terutama bagaimana destinasi yang menawarkan pengalaman luar biasa meyakinkan wisatawan untuk meninggalkan rutinitas harian mereka. Pemikiran non-relasional dari lanskap terapeutik memperlakukan fungsi terapeutik sebagai properti yang melekat pada tujuan, terkait secara lemah dengan pengalaman wisatawan. Kaitan yang disederhanakan antara Pengembangan Objek Wisata alam memungkinkan sedikit ruang untuk penyelidikan ko-evolusinya. Secara relasional. Secara garis besar ada empat kelompok yang merupakan daya tarik bagi wisatawan datang pada suatu negara DTW (Daya Tarik Wisata) yaitu :

1. **Natural Attractions** Kelompok ini adalah pemandangan (landscape), pemandangan laut (seascape), pantai (beaches), danau (lakes), air terjun (waterfall), kebun raya (national park), agrowisata (agrotourism), gunung berapi (volcanoes) termasuk bila dalam kelompok ini adalah fauna dan flora.
2. **Build Attractions** Termasuk dalam kelompok ini antara lain: bangunan (buildings) dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan modern seperti Opera Building (Sydney), Jam Gadang (Bukittinggi), Taman Mini Indonesia Indah (TMII).
3. **Cultural Attractions** Kelompok ini antara lain peninggalan sejarah (historiel building), cerita-cerita rakyat (folklore), kesenian tradisional (traditional dances), museum, upacara keagamaan, festival kesenian, dan semacamnya.

Manusia terlibat dalam jaringan aktor ini. "Diri" dan "wisatawan" adalah pelaku manusia tetapi ditentukan dari perspektif yang berbeda, dan ada kebutuhan untuk membedakan bagaimana wisatawan yang berbeda diubah menjadi pengembangan objek wisata alam.

Untuk memahami fungsi wisata secara berbeda. Manfaat alam dan kegunaanya untuk wisata manusia didefinisikan dari berbagai perspektif, namun keduanya mencakup berbagai pelaku



manusia dan non-manusia, seperti lingkungan alam, penduduk lokal, pemerintah, pengembang, pekerja pariwisata, fasilitas pariwisata, transportasi dan prasarana, media, budaya lokal, dan agama lainnya. Berbagai jenis hubungan dilibatkan dalam pembangunan jaringan-aktor ini. Tinjauan pelingkupan oleh (Abdurahmat, 2011). Fisik, sosial, spiritual, dan simbolik dari lanskap terapeutik, pengembangan objek wisata alam, hubungan ekonomi, sosial, lingkungan, dan budaya antara wisatawan dan lokasi pariwisata juga sering dikaji. Hubungan yang beraneka ragam ini biasanya menghubungkan berbagai pelaku manusia/non-manusia dan mempengaruhi kepuasan pengunjung dengan cara yang berbeda, seperti yang diilustrasikan dalam perbedaan Allen, (2011) yang berguna dari sumber daya sosial, afektif, dan materi yang mempromosikan kesehatan. Selain itu, dua atau lebih jenis hubungan biasanya tumpang tindih dalam persektif dan lokasi wisata, membutuhkan interpretasi yang terintegrasi dan komprehensif. Sebuah studi tentang ko-evolusi pengembangan objek wisata alam harus dimulai dengan pemeriksaan tentang bagaimana wisatawan dan tujuan, serta diri saling terkait secara dinamis.

Kemudian harus diselidiki bagaimana dinamika ini memberi umpan balik pada hubungan turis-tujuan dalam pariwisata, dan pengembangan objek wisata alam, setelah itu eksplorasi dapat dilakukan dari perubahan yang lebih mengalir mengarah ke penataan ulang lanskap terapeutik dan pariwisata kesehatan. Dalam praktiknya, ada banyak kemungkinan titik masuk untuk studi jaringan aktor (Barwick & Hazler, 2001). Untuk tujuan analitis, di sini kami mengusulkan tipologi dinamika yang menunjukkan bagaimana pengembangan objek wisata alam dapat saling dipengaruhi. Dinamika ini merepresentasikan hubungan bilateral (jaringan) antara wisatawan dan destinasi serta diri dan lanskap (pelaku). Bersama-sama dengan hubungan turis-tujuan dalam lanskap pariwisata dan hubungan lanskap-diri dalam lanskap terapeutik, mereka membentuk multiplisitas jaringan aktor-evolutioner pariwisata dan lanskap terapeutik.. Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, dan sebagainya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan. (Barwick & Hazler, 2001, Chakrabarti, 2010: Hertati, Fery, Safkaur, 2020: Huang, & Xu., 2014)

## 2. Promosi dan Pemasaran

Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi wisata yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi. Untuk perencanaan, promosi merupakan bagian penting.

## 3. Pasar Wisata (Masyarakat pengirim wisata)

Pasar wisata merupakan bagian penting. Walaupun untuk perencanaan belum/ tidak diperlukan suatu riset lengkap dan mendalam, namun informasi mengenai trend pelaku,

keinginan, kebutuhan, asal, motivasi, dan sebagainya dan wisatawan perlu dikumpulkan dari mereka yang berlibur.

#### 4. Transportasi

Pendapatan dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat penyuplai transportasi. Transportasi mempunyai dampak besar terhadap volume dan lokasi pengembangan pariwisata.

#### 5. Masyarakat

Penerima Wisatawan yang Menyediakan Akomodasi dan Pelayanan Jasa Pendukung Wisata (fasilitas dan pelayanan).

### **KESIMPULAN**

Pengembangan objek wisata alam Danau Ranau Kampung Lombok Kecamatan Sukau, dapat disimpulkan bahwa dalam pengelolaan wisata Danau Ranau masyarakat Kampung Lombok ikut berpartisipasi hal tersebut terlihat dari keikutsertaan masyarakat Kampung Lombok, dalam pengelolaan Wisata Danau Ranau mulai dari tahap perencanaan, pengelolaan, sampai pada tahap pengorganisasian dan evaluasi kegiatan. Selain itu masyarakat Kampung Lombok juga terlibat aktif dan ikut serta menikmati keberadaan objek Wisata mengusahakan peningkatan pendapatan mereka dengan ikut terlibat dalam beberapa aktivitas ekonomi : membuka warung (berdagang ), menyediakan jasa cucian kendaraan, dan budi daya ikan air tawar dengan menggunakan kerambah.

Hasil yang di dapat belum optimal namun memberikan kontribusi dalam meningkatkan penghasilan mereka sebagai petani. Tipologi dinamika, yaitu turis yang datang bertujuan memanja diri dengan alam guna penentuan jaringan aktor, dan menganalisis lebih lanjut perubahan alam yang mengalir ke arah yang lebih baik. Model konseptual wisata alam terkait erat dan dipahami sebagai muncul dari jaringan aktor terintegrasi yang terdiri dari berbagai pelaku manusia (migran kesehatan musiman, turis tamasya, pemandu wisata, centenarian dan penduduk desa lokal lainnya, organisasi nirlaba dan pemerintah setempat.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kepada para pengunjung wisata dan pemerintah daerah setempat yang telah bersedia diwawancarai demi sempurnanya tulisan ini, semoga wisata Alam Danau Ranau Di Perbatasan Kabupaten Lampung Dan Ogan Komering Ulu semakin terkenal di manca Negara.

## REFERENSI

- Abdurahmat. (2011). *Metodelogi Penelitian & Teknik Penyusunan Skirpsi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Fitri, Eva L. (2018). Peran Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Kampung Tenun Samarinda.(<http://www.ejournal.adbisinis.fisip-unmul.ac.id>). Diakses pada 1 Februari 2019.
- Allen, C.D., 2011. On actor-network theory and landscape. *Area* 43, 274–280.
- Barwick, N., Hazler, R.J., 2001. *The Therapeutic Environment: Core Conditions for Facilitating Therapy*. Open University.
- Beard, L., Scarles, C., Tribe, J., 2016. Mess and method: using ANT in tourism research. *Ann. Tourism Res.* 60, 97–110.
- Bell, S.L., Foley, R., Houghton, F., Maddrell, A., Williams, A.M., 2018. From therapeutic landscapes to healthy spaces, places and practices: a scoping review. *Soc. Sci. Med.* 196, 123–130.
- Bilodeau, A., Potvin, L., 2018. Unpacking complexity in public health interventions with the Actor–Network Theory. *Health Promot. Int.* 33, 173–181.
- Brewster, L., 2014. The public library as therapeutic landscape: a qualitative case study. *Health Place* 26, 94–99
- Chakrabarti, R., 2010. Therapeutic networks of pregnancy care: Bengali immigrant women in New York City. *Soc. Sci. Med.* 71, 362–369.
- Comerio, N., Strozzi, F., 2019. Tourism and its economic impact: a literature review using bibliometric tools. *Tourism Econ.* 25, 109–131.
- Connell, J., 2006. Medical tourism: sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Manag.* 27, 1093–1100.
- Conradson, D., 2005. Landscape, care and the relational self: therapeutic encounters in rural England. *Health Place* 11, 337–348.
- Chotimah, U., Alfianandra & Wasita, T.A. (2018). Peranan Pemerintah Desa untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Membangun Daerah Sesuai dengan UU No. 6 Tahun 2014 di Desa Karang Endah. Dalam ([repository.unsri.ac.id](http://repository.unsri.ac.id)) diakses pada 19 September 2019.Fathoni,
- Crooks, V.A., Kingsbury, P., Snyder, J., Johnston, R., 2010. What is known about the patient's experience of medical tourism? A scoping review. *BMC Health Serv. Res.* 10 (1), 266.
- Dedeke, A., 2017. Creating sustainable tourism ventures in protected areas: an actor- network theory analysis. *Tourism Manag.* 61, 161–172.

- Deleuze, G., Guattari, F., 1988. *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Bloomsbury Publishing.
- Dryglas, D., Salamaga, M., 2018. Segmentation by push motives in health tourism destinations: a case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing & Management* 9, 234–246.
- Duff, C., 2011. Networks, resources and agencies: on the character and production of enabling places. *Health Place* 17, 149–156.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., Carter, J., 2007. Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Manag.* 28, 409–422.
- Edensor, T., 2000. Staging tourism: tourists as performers. *Ann. Tourism Res.* 27, 322–344.
- Foley, R., Wheeler, A., Kearns, R., 2011. Selling the colonial spa town: the contested therapeutic landscapes of Lisdoonvarna and Te Aroha. *Ir. Geogr.* 44, 151–172.
- Foley, R., 2015. Swimming in Ireland: immersions in therapeutic blue space. *Health Place* 35, 218–225.
- Garcia, F.A., Vazquez, A.B., Macias, R.C., 2015. Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives* 13, 33–40.
- Hall, C.M., 2011. Health and Medical Tourism: a Kill or Cure for Global Public Health? *Tourism Review*.
- Haldrup, M., Larsen, J., 2006. Material cultures of tourism. *Leisure Stud.* 25 (3), 275–289.
- Hertati, L. Widiyanti.M.Desfitriana. Syafarudin.A. (2020). The Effects Of Economic Crisis On Business Finance. *International Journal of Economics and Financial Issues* 10, (3) 236-244.
- Hertati.L, Fery.I, Safkaur.O.2020. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Sistem Informasi Keuangan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* Volume 13 (1),125-136
- Hertati.L Mustopa.I.M .Widiyanti.M. Safkaur.O.2020. The Effect of Accounting Information System Applications in the Industrial Revolution Era 4. 0 Influenced by the Organizational Structure of theperiod Covid-19. *Indo-Asian Journal of Finance and Accounting.* 1, (2) 2020, 125-151
- Hibbert, J.F., Dickinson, J.E., Curtin, S., 2013. Understanding the influence of interpersonal relationships on identity and tourism travel. *Anatolia* 24 (1), 30–39.
- Hjalager, A.-M., Tervo-Kankare, K., Tuohino, A., 2016. Tourism value chains revisited and applied to rural well-being tourism. *Tourism Planning & Development* 13, 379–395.
- Hoyez, A.-C., 2007. The 'world of yoga': the production and reproduction of therapeutic landscapes. *Soc. Sci. Med.* 65, 112–124.

- Huang, L., Xu, H., 2014. A cultural perspective of health and wellness tourism in China. *J. China Tourism Res.* 10, 493–510.
- Geneva. Jóhannesson, G.T., 2005. Tourism translations: actor–network theory and tourism research. *Tour. Stud.* 5, 133–150.
- Jones, M., 2009. Phase space: geography, relational thinking, and beyond. *Prog. Hum. Geogr.* 33, 487–506.
- Jørgensen, M.T., 2017. Reframing tourism distribution - activity theory and actor- network theory. *Tourism Manag.* 62, 312–321.
- Kearns, R.A., Collins, D., Conradson, D., 2014. A healthy island blue space: from space of detention to site of sanctuary. *Health Place* 30, 107–115.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., Ahn, K., 2015. Nature-based tourism: motivation and subjective well-being. *J. Trav. Tourism Market.* 32, 1–21.
- Lestari.R & Hertati.L.(2020). Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *KAJIAN AKUNTANSI.* 21(1)1-12
- Marcus, C.C., Barnes, M., 1999. *Healing Gardens: Therapeutic Benefits and Design Recommendations.* John Wiley & Sons.
- Marsh, P., Gartrell, G., Egg, G., Nolan, A., Cross, M., 2017. End-of-life care in a community garden: findings from a participatory action research project in regional Australia. *Health Place* 45, 110–116.
- Mueller, H., Kaufmann, E.L., 2001. Wellness tourism: market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *J. Vacat. Mark.* 7, 5–17.
- Nagib, W., Williams, A., 2018. Creating “therapeutic landscapes” at home: the experiences of families of children with autism. *Health Place* 52, 46–54.
- Oster, C., Adelson, P.L., Wilkinson, C., Turnbull, D., 2011. Inpatient versus outpatient cervical priming for induction of labour: therapeutic landscapes and women’s preferences. *Health Place* 17, 379–385.
- Page, S., 2007. *Tourism Management: Managing for Change.* Routledge.
- Paget, E., Dimanche, F., Mounet, J.-P., 2010. A tourism innovation case: an actor- network approach. *Ann. Tourism Res.* 37, 828–847.
- Rodger, K., Moore, S.A., Newsome, D., 2009. Wildlife tourism, science and actor network theory. *Ann. Tourism Res.* 36, 645–666.
- Smith, K., Luginaah, I., Lockridge, A., 2010. ‘Contaminated’Therapeutic landscape: the case of the Aamjiwnaang first nation in ontario. *Geography Research Forum* 66–87.
- Smith, M., 2014. *Health Tourism and Hospitality : Spas, Wellness and Medical Travel.* Routledge.
- Smith, M., Puczk’o, L., 2008. *Health and Wellness Tourism.* Routledge.

- Smyth, F., 2005. Medical geography: therapeutic places, spaces and networks. *Prog. Hum. Geogr.* 29, 488–495.
- Van Der Duim, R., Ren, C., Jóhannesson, G.T., 2017. ANT: a decade of interfering with tourism. *Ann. Tourism Res.* 64, 139–149.
- Wang, K., Cui, Q.M., Xu, H.G., 2018. Desert as therapeutic space: cultural interpretation of embodied experience in sand therapy in Xinjiang, China. *Health Place* 53, 173–181.
- Wang, K., Xu, H., Huang, L., 2020. Wellness tourism and spatial stigma: a case study of Bama, China. *Tourism Manag.* 78, 104039. X.
- Wilson, A., 2011. Foreign bodies and national scales: medical tourism in Thailand. *Body Soc.* 17, 121–137.
- Wilson, K., 2003. Therapeutic landscapes and First Nations peoples: an exploration of culture, health and place. *Health Place* 9, 83–93.
- Wu, J., 2013. Landscape sustainability science: ecosystem services and human well-being in changing landscapes. *Landsc. Ecol.* 28, 999–1023.
- Zhong, L.S., Deng, J.Y., Song, Z.W., Ding, P.Y., 2011. Research on environmental impacts of tourism in China: progress and prospect. *J. Environ. Manag.* 92, 2972–29
- Yan and S. He Williams, A., 2002. Changing geographies of care: employing the concept of therapeutic landscapes as a framework in examining home space. *Soc. Sci. Med.* 55, 141–154.