

## PARIWISATA BELANJA SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI MASYARAKAT LOKAL (Studi pada Pasar Buah Berastagi)

Jesicha Eloyna Br Ginting<sup>1</sup>, Amanda Desire Romaito Tobing<sup>1</sup>, Ivan Sandro Sidabutar<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan

\*Email Corresponding Author [jesichaeloyna34@gmail.com](mailto:jesichaeloyna34@gmail.com)

### ABSTRAK

Dengan menciptakan peluang usaha baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat, pariwisata belanja telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana wisata belanja dapat memengaruhi ekonomi lokal melalui hubungan yang terjadi antara wisatawan dan komunitas setempat. Selain meningkatkan pendapatan pedagang, industri ini mendorong perkembangan industri terkait seperti kuliner, kerajinan tangan, dan akomodasi. Wisatawan mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan membelanjakan uang mereka pada produk lokal. Pariwisata belanja juga membantu menciptakan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran di wilayah tersebut. Selain itu, penelitian ini menemukan masalah yang dihadapi dalam kemajuan pariwisata belanja, seperti peningkatan layanan dan promosi yang lebih baik. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan saran strategis tentang cara mengembangkan pariwisata belanja yang berkelanjutan sehingga dapat mempertahankan kelestarian budaya dan lingkungan sambil menghasilkan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Dengan kata lain, pariwisata belanja berfungsi sebagai bukan hanya sumber pendapatan tetapi juga sebagai alat yang membantu komunitas lokal memperbaiki kesejahteraan mereka.

**Kata kunci:** Dampak Ekonomi, Pariwisata, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Pariwisata Belanja.

### ABSTRACT

*By creating new business opportunities and increasing community income, one of the primary forces behind the expansion of the local economy is now shopping tourism. Through the interactions that take place between visitors and the local community, this study aims to investigate how shopping tourism may impact the local economy.*

*In addition to increasing merchants' income, this industry encourages the development of related sectors such as culinary, handicrafts, and accommodation by spending their money on regional goods, tourists help micro, small, and medium-sized businesses (MSMEs) flourish. Shopping tourism also helps create new jobs and reduce unemployment in the region. Furthermore, this research identifies challenges faced in advancing shopping tourism, such as the need for improved services and better promotion. The findings are expected to provide strategic recommendations on how to develop sustainable shopping tourism that preserves cultural and environmental integrity while generating economic benefits for the local community. In other words, shopping tourism is a tool that helps local communities improve their wellbeing in addition to being a source of money.*

**Keywords:** Economic, Impact of Tourism, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Shopping Tourism.

**History Article:** Submitted 12 December 2024 | Revised 19 December 2024 | Accepted 1 February 2025

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata telah berkembang dari sekadar sektor hiburan menjadi komponen ekonomi penting. Pariwisata tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan, tetapi juga menjaga budaya dan lingkungan. Penelitian ini akan melihat lebih jauh bagaimana pariwisata, terutama belanja, dapat membantu masyarakat lokal. Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan rekreasi dan pengembangan diri yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan rekreasi dan pengembangan diri, yang berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi sebuah wilayah melalui peningkatan konsumsi dan penciptaan lapangan kerja baru.

Pariwisata belanja adalah salah satu jenis wisata yang semakin populer. Wisata belanja memberi pengunjung kesempatan untuk membeli barang lokal yang berkualitas tinggi dan asli. Wisatawan tidak hanya mendapatkan barang-barang khas dari suatu daerah tetapi juga terlibat langsung dengan budaya lokal melalui aktivitas ini. Pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan festival kuliner adalah tempat di mana wisatawan dan penduduk lokal berinteraksi secara langsung. Akibatnya, pariwisata belanja memperkuat identitas budaya lokal selain menguntungkan pedagang.

Pasar Buah Berastagi adalah salah satu contoh tempat di mana pengunjung dapat menggabungkan perjalanan belanja dengan keindahan alam dan tradisi lokal. Pasar ini terkenal dengan berbagai jenis buah segar, seperti stroberi, jeruk keprok, dan buah-buahan tropis lainnya, karena lokasinya di dataran tinggi Karo di Sumatera Utara. Pasar ini menarik pelanggan domestik dan asing yang ingin berbelanja langsung dari petani lokal. Pasar Buah Berastagi juga berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial bagi masyarakat setempat karena memungkinkan petani menjual produk pertanian mereka secara langsung kepada konsumen. Akibatnya, pasar ini berperan penting dalam meningkatkan pendapatan petani sekaligus memperkenalkan pengunjung dengan produk lokal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari peran pariwisata sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal di Pasar Buah Berastagi. Penelitian ini tidak hanya akan melihat efek yang baik, seperti peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja, tetapi juga akan melihat efek yang buruk, seperti ketimpangan distribusi keuntungan dan dampak lingkungan yang mungkin. Selain itu, penelitian ini akan berkonsentrasi pada mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan industri pariwisata belanja. Faktor-faktor ini berasal dari sisi internal (misalnya, kualitas produk dan layanan) dan dari sisi eksternal (misalnya, kebijakan pemerintah dan infrastruktur). Dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT yang menyeluruh, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis yang bermanfaat untuk mendukung pertumbuhan industri pariwisata belanja.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Para ahli menganggap pariwisata sebagai fenomena sosial yang sangat kompleks. Menurut Soekadji (1997:25), pariwisata memiliki banyak aspek, seperti sosiologis, psikologis, ekonomi, ekologis, dan lainnya. Aspek ekonomi dianggap paling penting karena hubungannya yang signifikan dengan industri pariwisata. Pariwisata mencakup semua hal yang berkaitan dengan wisatawan. Kegiatan pariwisata pada dasarnya adalah gejala dan hubungan yang muncul dari interaksi wisatawan dengan wisatawan lain dengan tujuan yang sama.

Oka A. Yoeti (1991): Dalam bukunya "Pengantar Ilmu Pariwisata", Yoeti mengatakan bahwa kata "pari" berarti "berkali-kali" dan "wisata" berarti "perjalanan", yang berarti bahwa pariwisata berarti perjalanan berulang.

Soundström, Lundberg et al. (2011) menemukan bahwa dalam penelitian mereka, istilah "wisatawan berbelanja" merujuk pada wisatawan yang menjadikan belanja sebagai alasan utama untuk bepergian, sementara istilah "wisatawan berbelanja" merujuk pada

wisatawan yang melakukan belanja sebagai kegiatan luar biasa tetapi memiliki tujuan primer lain.

Dalam penelitian yang dirujuk oleh Yovita (2021), Schmitt (2016) menyatakan bahwa pemasaran pengalaman sangat penting dalam industri belanja, karena pengalaman emosional pelanggan dapat membangun hubungan positif dengan produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan<sup>3</sup>.

Menurut Kemenparekraf/Baparekraf (2020), pariwisata belanja memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi lokal dan nasional. Mereka menekankan bahwa produk pariwisata yang inovatif berbasis ekonomi sangat penting untuk menarik wisatawan dan mendorong mereka untuk menghabiskan lebih banyak uang saat berbelanja.

Ali Hasan (2018) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi pariwisata (TED) adalah proses di mana komunitas menggunakan kekayaan lokal, seperti tradisi dan budaya, untuk menarik wisatawan dan menciptakan peluang ekonomi baru. TED melibatkan mobilisasi sumber daya manusia dan fisik untuk mencapai dua tujuan: meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menciptakan peluang ekonomi baru. Hasan menekankan pentingnya mempertimbangkan keberlanjutan sosial, budaya, dan lingkungan dalam metode ini.

Siti Fatimatul Khasanah (2020) membahas model Partisipatif, Penilaian, dan Keunggulan Kompetisi (PACA) untuk pengembangan ekonomi lokal yang berbasis pariwisata. Model ini melibatkan semua pemangku kepentingan dalam setiap tahap pengembangan pariwisata, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Studi ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat yang aktif dapat meningkatkan efisiensi pengembangan ekonomi lokal.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini meninjau literatur yang berbeda, termasuk jurnal dan artikel, terkait dengan belanja pariwisata dan dampaknya terhadap perekonomian lokal. Sumber-sumber ini mencakup penelitian sebelumnya yang melihat model pengembangan ekonomi lokal yang berbasis pada sektor pariwisata, serta penelitian yang menerapkan analisis SWOT pada desa-desa wisata. Dengan demikian, Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan berbagai variabel yang memengaruhi sektor pariwisata.

Penelitian ini juga akan memeriksa manfaat dan efek negatif pariwisata belanja terhadap komunitas lokal. Ini termasuk bagaimana peningkatan jumlah wisatawan dapat mendorong pertumbuhan bisnis lokal seperti toko suvenir, restoran, dan layanan akomodasi. Penelitian ini juga akan menyelidiki bagaimana pariwisata meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan menciptakan lapangan kerja baru.

Diharapkan kontribusi sektor ini terhadap pembangunan ekonomi dapat diperoleh dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti statistik kunjungan wisatawan dan laporan ekonomi daerah.

Selanjutnya, sektor pariwisata belanja akan memiliki kekuatan, kelemahan, dan peluang dan ancaman (SWOT) untuk dievaluasi. Hal ini penting untuk mengembangkan strategi pengembangan yang berkelanjutan dan berhasil. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memahami dinamika belanja pariwisata tetapi juga untuk memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan dalam merancang kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan pariwisata.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Satu komponen pendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai wilayah adalah wisata belanja. Sektor ini sangat membantu ekonomi lokal dan menarik wisatawan. Namun, untuk memaksimalkan potensi sektor ini, masalah infrastruktur dan persaingan dengan lokasi lain harus ditangani dengan baik.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil mempertimbangkan kelemahan dan ancaman dapat membantu pertumbuhan pariwisata belanja yang terus-menerus sebagai penggerak ekonomi bagi masyarakat umum. Dalam mengembangkan pariwisata belanja, pemerintah dan masyarakat berkontribusi satu sama lain. Masyarakat adalah pihak yang harus terlibat dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan terkait pengembangan pariwisata belanja. Berikut hasil analisis SWOT pada pariwisata belanja:

**Tabel 1. Hasil Analisis SWOT**

Strengths	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destinasi belanja sering menawarkan barang lokal yang unik dan berkualitas tinggi, yang menarik minat wisatawan.</li> <li>- Pengalaman berbelanja yang terhubung dengan budaya lokal dapat memberikan daya tarik unik bagi pengunjung.</li> <li>- pendapatan yang diperoleh dari sektor ini melalui penjualan barang dan jasa dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.</li> </ul>
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyak tempat pariwisata belanja menghadapi masalah infrastruktur, seperti akses yang sulit ke transportasi dan fasilitas publik yang terbatas</li> <li>- Beberapa destinasi mungkin mengalami fluktuasi besar dalam jumlah pengunjung tergantung pada musim atau acara tertentu</li> <li>- Banyak tempat tidak menggunakan pemasaran online dengan baik untuk menarik pelanggan.</li> </ul>
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wisatawan semakin tertarik pada pengalaman berbelanja lokal dan autentik</li> <li>- Pengalaman wisatawan dapat ditingkatkan dengan mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk dan layanan.</li> <li>- Wisata yang berfokus pada belanja, seperti wisata kuliner atau belanja oleh-oleh, dapat menarik minat wisatawan yang lebih khusus.</li> </ul>
Threats	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan banyak tempat lain yang menawarkan pengalaman belanja, persaingan menjadi ketat.</li> <li>- Aktivitas pariwisata yang tidak dikelola dengan baik dapat merusak lingkungan, mengurangi daya tarik lokasi.</li> <li>- Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan perdagangan dan pariwisata dapat berdampak pada operasi bisnis di bidang ini.</li> </ul>

Sumber: Penulis, 2025.

Wisata belanja memiliki banyak keuntungan, seperti barang lokal yang unik dan berkualitas tinggi serta pengalaman belanja yang menggabungkan budaya lokal. Ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan mereka. Meskipun demikian, industri ini menghadapi beberapa masalah, seperti keterbatasan infrastruktur yang dapat membuatnya lebih sulit untuk diakses, dan perubahan dalam jumlah pengunjung yang disebabkan oleh musim atau acara tertentu. Selain itu, menjangkau lebih banyak pelanggan menjadi tantangan karena penggunaan pemasaran digital yang kurang efektif.

Sebaliknya, ada banyak peluang untuk berkembang, seperti tingginya minat turis terhadap pengalaman belanja lokal dan asli. Pengalaman pengunjung dapat ditingkatkan dengan mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk dan layanan. Selain itu, inovasi seperti membuat paket liburan yang berfokus pada belanja, seperti perjalanan kuliner atau oleh-oleh, dapat menarik pengunjung dengan preferensi khusus.

Namun demikian, sektor pariwisata juga menghadapi beberapa ancaman, seperti persaingan ketat dari tempat lain yang menawarkan pengalaman serupa, yang dapat mengurangi daya tarik pariwisata belanja. Jika sektor pariwisata tidak dikelola dengan baik, hal itu dapat berdampak negatif terhadap lingkungan dan mengurangi daya tarik sebuah tempat. Operasi di sektor ini juga

dapat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah mengenai perdagangan dan pariwisata.

Secara keseluruhan, untuk memaksimalkan potensi pariwisata belanja sebagai pendorong ekonomi lokal, dibutuhkan untuk mengatasi kelemahan dan mengantisipasi ancaman sambil secara efektif memanfaatkan kekuatan dan peluang. Untuk memastikan bahwa manfaat pariwisata belanja dirasakan oleh seluruh masyarakat setempat, diperlukan strategi pengembangan yang matang dan berkelanjutan.



Gambar 1. Peta Pasar Buah Berastagi

Sumber: Google Maps, 2025

#### *4.1 Dampak Pariwisata Belanja Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal: Pasar Buah Berastagi*

##### **Dampak Positif:**

1. Peran pariwisata belanja yang terus meningkat menunjukkan peningkatan pendapatan pedagang lokal di Pasar Buah Berastagi. Penjualan berbagai produk seperti buah segar dan sayuran serta kerajinan lokal telah meningkat sebagai akibat dari lebih banyak wisatawan yang datang. Kondisi ini menguntungkan ekonomi, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di pasar tersebut.
2. Pasar wisata tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan pedagang, namun membuka peluang kerja baru bagi banyak penduduk lokal karena mereka bekerja sebagai penjual dan dalam industri pendukung lainnya seperti transportasi dan akomodasi.
3. Wisata belanja memainkan peran penting dalam mempromosikan budaya lokal. Beragam produk yang tersedia di pasar kerap mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal dan tradisi masyarakat Karo, sehingga mendukung pelestarian budaya dan menarik perhatian wisatawan.
4. Pasar Buah Berastagi juga berfungsi sebagai platform untuk mendukung pertumbuhan berbagai UMKM lokal, termasuk industri kuliner, minuman, dan kerajinan lokal. Keberadaan pasar mendorong masyarakat untuk mengembangkan bisnis mereka sekaligus meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.



Gambar 2. Pasar Buah Berastagi  
Sumber: Pasar Buah Berastagi di Karo, 2025

### **Dampak Negatif:**

1. Dengan peningkatan pendapatan, tidak semua pedagang merasakan manfaatnya secara merata. Beberapa pedagang mungkin tidak memiliki akses ke jaringan pemasaran atau sumber daya yang diperlukan, yang menyebabkan ketimpangan dalam distribusi keuntungan dari pariwisata.
2. Peningkatan biaya hidup penduduk lokal biasanya diikuti oleh peningkatan aktivitas ekonomi di wilayah tersebut. Bagi orang-orang yang tidak terlibat secara langsung dalam sektor pariwisata atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), kondisi ini dapat menjadi sangat sulit.
3. Tekanan terhadap harga dan kualitas produk dapat muncul sebagai akibat dari kompetensi antara pedagang di Pasar Buah Berastagi dan pedagang di pasar tradisional lainnya. Bisnis harus mengadopsi strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik pelanggan, meskipun hal ini kadang-kadang dapat memicu praktik bisnis yang kurang sehat.
4. Peningkatan jumlah wisatawan dapat menyebabkan masalah lingkungan seperti polusi dan penumpukan sampah. Kondisi ini dapat merusak keindahan alam di sekitarnya dan mengurangi daya tarik tempat wisata tersebut jika tidak ditangani dengan baik.

Secara umum, pariwisata belanja di Pasar Buah Berastagi meningkatkan ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan peluang kerja baru. Namun, masalah seperti ketimpangan manfaat dan efek negatif terhadap lingkungan harus diperhatikan serius agar pertumbuhan pariwisata dapat dilakukan secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang sama kepada seluruh masyarakat setempat.

## **5. KESIMPULAN**

Dengan menarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan UMKM, seperti yang terlihat di Pasar Buah Berastagi, pariwisata belanja memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pengalaman belanja berbasis budaya dan daya tarik produk lokal yang unik membuat sektor ini unggul. Pengembangannya, bagaimanapun, bergantung pada kemampuan untuk mengatasi masalah seperti infrastruktur yang kurang memadai, jumlah pengunjung yang berubah-ubah, dan pemasaran yang belum optimal. Meskipun harus bersaing dengan tempat lain dan menghadapi ancaman seperti kebijakan yang tidak mendukung atau dampak lingkungan, sektor ini dapat menjadi penggerak ekonomi yang berkelanjutan dengan memanfaatkan peluang seperti tren wisata belanja autentik dan meningkatkan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah. Pariwisata belanja, khususnya di pasar lokal seperti Pasar Buah Berastagi, membantu pertumbuhan industri lain seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa

pendukung seperti transportasi dan akomodasi. Ini juga meningkatkan pendapatan pedagang lokal melalui penjualan produk lokal. Pariwisata belanja juga membantu masyarakat setempat mendapatkan pekerjaan baru.

Namun, pengelolaan yang tepat diperlukan untuk memaksimalkan potensi industri ini, yang mencakup peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan pemasaran yang efektif, dan pengembangan produk lokal yang lebih beragam dan berkualitas.

## 6. REFERENSI

- Andriani, R., Hariyanto, O. I., Brahmanto, E., Handayani, R. D., & Fauzia, W. (2018). Strategi Promosi UMKM kampung rajut binong jati sebagai kawasan wisata belanja. *Jurnal Abdimas BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Chinoi, N., & Meiriza, A. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Wisata Belanja di Kota Batam Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *JIMP- Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 6(1), 10-15.
- Ginting, N., & Veronica, S. (2016). Pariwisata Berbasis Masyarakat Pasar Buah Berastagi. *Temu Ilmiah IPLBI*, 1, C 035-042. [https://temuilmhia.iplbi.or.id/wp-content/uploads/2016/12/IPLBI2016\\_C-035-042-Pariwisata-Berbasis-Masyarakat-Mampukah-Pasar-Buah-Berastagi](https://temuilmhia.iplbi.or.id/wp-content/uploads/2016/12/IPLBI2016_C-035-042-Pariwisata-Berbasis-Masyarakat-Mampukah-Pasar-Buah-Berastagi).
- Ihsan, N. (2015). Daftar isi Daftar isi. *Statistik Daerah Kecamatan Kartasura Tahun*, II(1), 17–18.
- Kurniawan, G. W. (2018). Analisis observasi data pantai panda. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 73–80.
- Putri, M. E. (2019). Peran Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Kabupaten/Kota Provinsi Sulawesi Selatan) Tahun 2014–2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Sembiring, J. C., & Afifuddin, S. (2020). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Tradisional Di Kabupaten Karo. *Fakultas Ekonomi, Akuntansi Prima*, 20(01).
- Sriwijaya, R. R. A., Laroza, C., Sutanto, V., & Ramadhani, M. F. (2024). Pariwisata Berbasis Komunitas sebagai Penggerak Sosial-Ekonomi Masyarakat Lokal: Strategi Pembangunan Ekowisata Bahari di Pulau Liki, Papua. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 2(1), 128–141.
- Sutrisnawati, N. K., A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, & Putu Bagus Wisnu Wardhana. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 37–46. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.45>
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis pasar pariwisata halal indonesia. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 1(1), 73-80.
- Wulandari, N. K. S. (2016). Peran sektor pariwisata dalam pendapatan asli daerah Kabupaten tabanan tahun 1990-2014.