



Faktor Faktor yang Menjadikan Kota Bukittinggi Menjadi Kota Wisata No 1 di Indonesia

Elfayetti ^{1*}, Angelina Sipayung ², Khairun Nisa ³, Vina Aulia ⁴, Shika Andari ⁵
¹⁻⁵ Universitas Negeri Medan, Indonesia

Korespondensi Penulis: angelinasipayung01@gmail.com

Abstrack. *This study aims to examine in depth the factors that drive Bukittinggi City to become one of the leading tourist destinations in Indonesia. Using a qualitative approach through direct observation methods and semi-structured interviews with tourism industry players, local communities, and tourists, this study explores the contribution of socio-cultural characteristics of communities, geographical conditions, and the role of government to strengthening tourism attractions. The results of the study show that the character of the people of Bukittinggi who are friendly, communicative, and have a collective spirit in welcoming tourists gives a deep impression and creates a positive experience. In addition, the physical beauty of the city surrounded by mountains, valleys, and historical relics is the main attraction that other cities are difficult to match. Iconic places such as Jam Gadang, Sianok Gorge, and the historical site of Lobang Japan add educational and visual value to the city's travel experience. Good accessibility and supporting infrastructure that continues to be developed by the government, such as adequate roads, tourist information centers, and tourist-friendly accommodation, further strengthen Bukittinggi's position in the national tourism map. The study also highlights the importance of digital and social media promotion strategies in reaching younger generations of travelers, especially millennials who are looking for authentic and sustainable travel experiences. The combination of local cultural richness, natural beauty, active community participation, and supportive government policies makes Bukittinggi not only a tourist destination, but also an example of an adaptive and innovative community-based tourist city. Therefore, it is not an exaggeration if Bukittinggi is dubbed as one of the best and most potential tourist destinations in Indonesia.*

Keywords: *Bukittinggi, Community Characteristics, Physical Environment, Tourism, Tourist Attraction*

Abstract. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang mendorong Kota Bukittinggi menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur terhadap pelaku industri pariwisata, masyarakat lokal, serta wisatawan, penelitian ini menggali kontribusi karakteristik sosial-budaya masyarakat, kondisi geografis, dan peran pemerintah terhadap penguatan daya tarik wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter masyarakat Bukittinggi yang ramah, komunikatif, dan memiliki semangat kolektif dalam menyambut wisatawan memberikan kesan yang mendalam dan menciptakan pengalaman yang positif. Selain itu, keindahan fisik kota yang dikelilingi oleh pegunungan, lembah, dan peninggalan sejarah menjadi daya pikat utama yang sulit ditandingi oleh kota lain. Tempat-tempat ikonik seperti Jam Gadang, Ngarai Sianok, serta situs bersejarah Lobang Jepang menambah nilai edukatif dan visual dari pengalaman berwisata di kota ini. Aksesibilitas yang baik dan infrastruktur pendukung yang terus dikembangkan oleh pemerintah, seperti jalan yang memadai, pusat informasi wisata, serta akomodasi yang ramah wisatawan, semakin memperkuat posisi Bukittinggi dalam peta pariwisata nasional. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya strategi promosi digital dan media sosial dalam menjangkau wisatawan generasi muda, terutama milenial yang mencari pengalaman wisata autentik dan berkelanjutan. Perpaduan antara kekayaan budaya lokal, keindahan alam, partisipasi aktif masyarakat, dan kebijakan pemerintah yang mendukung menjadikan Bukittinggi tidak hanya sekadar destinasi wisata, tetapi juga sebagai contoh kota wisata berbasis komunitas yang adaptif dan inovatif. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika Bukittinggi dijuluki sebagai salah satu destinasi wisata terbaik dan paling berpotensi di Indonesia.

Kata kunci: Bukittinggi, Daya Tarik Wisata, Karakteristik Masyarakat, Kondisi Fisik Alam, Pariwisata

1. PENDAHULUAN

Kota Bukittinggi merupakan destinasi wisata unggulan di Indonesia, khususnya di wilayah Sumatera Barat. Kota ini dikenal karena kombinasi daya tarik wisata alam, budaya, sejarah, hingga kuliner yang autentik dan khas. Posisi strategis di dataran tinggi dengan iklim sejuk menjadi keunggulan tersendiri bagi wisatawan. Data dari berbagai penelitian

juga menunjukkan bahwa Bukittinggi mengalami tren kunjungan yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Daya tarik utama Bukittinggi antara lain adalah Jam Gadang, Ngarai Sianok, Lobang Jepang, hingga Pasar Loak yang ikonik. Tak hanya itu, wisata kuliner seperti Nasi Kapau dan keripik sanjai menjadikan pengalaman wisata lebih lengkap. Keunikan lainnya adalah kemudahan akses antar objek wisata yang berdekatan dan didukung oleh fasilitas umum yang memadai. Inilah yang menjadikan wisatawan nyaman dan tertarik untuk berkunjung kembali.

Selain potensi alam dan budaya, pengaruh sosial dan psikologis seperti promosi yang kuat, citra kota yang positif, serta keramahan masyarakat menjadi faktor penentu. Pemerintah Kota Bukittinggi juga aktif mengembangkan sektor pariwisata dengan strategi promosi, digitalisasi informasi wisata, dan peningkatan kualitas layanan. Semua faktor ini berkontribusi pada penguatan citra kota sebagai destinasi wisata utama.

Motivasi wisatawan, khususnya generasi milenial, juga menjadi pendorong utama keberhasilan pariwisata Bukittinggi. Berdasarkan hasil studi, wisatawan milenial mencari pengalaman unik, edukatif, dan sosial saat berwisata, yang semuanya tersedia di Bukittinggi. Hal ini didukung dengan keberadaan media sosial yang memperkuat promosi dari mulut ke mulut secara digital.

Bahkan dalam konteks ekonomi, sektor pariwisata di Bukittinggi memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan penciptaan lapangan kerja. Penelitian membuktikan bahwa wisatawan tidak hanya datang untuk melihat objek, namun juga terlibat aktif dalam konsumsi lokal, dari belanja oleh-oleh hingga penginapan dan kuliner. Dengan sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku wisata, Bukittinggi layak dijuluki sebagai kota wisata nomor satu di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi dengan memilih salah satu kawasan wisata sebagai lokasi utama. Populasi penelitian meliputi warga lokal, pelaku usaha, pengelola wisata, dan wisatawan di sekitar kawasan tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara terpimpin, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi pengumpulan, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami keterkaitan antara kondisi fisik, sosial, dan karakteristik masyarakat dengan daya tarik wisata Kota Bukittinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah melakukan penelitian berupa observasi langsung kelapangan dan juga wawancara kepada beberapa narasumber, peneliti mendapatkan sejumlah informasi terkait faktor faktor yang menjadikan kota bukittinggi menjadi kota wisata no 1 di indonesia, yaitu sebagai berikut:

Narasumber Pertama Ibu Rosma, Umur 40 Tahun

Ibu Rosma merupakan salah satu pedagang kecil yang setiap harinya menjajakan es keliling di sekitar kawasan wisata Jam Gadang, Bukittinggi. Dalam kesempatan wawancara yang dilakukan di sela-sela aktivitas jual belinya, beliau dengan ramah menceritakan pengalamannya sebagai pelaku usaha kecil di lingkungan objek wisata yang menjadi ikon kota tersebut.

Dalam penjelasannya, Ibu Rosma mengatakan bahwa salah satu strategi utama yang ia gunakan untuk menarik perhatian wisatawan adalah dengan menyapa mereka secara langsung dan penuh keramahan. Hal ini, menurut beliau, sejalan dengan budaya masyarakat Bukittinggi yang memandang wisatawan sebagai “rajo” atau raja. Oleh karena itu, beliau selalu menawarkan dagangannya kepada para wisatawan dengan cara yang ramah untuk menarik minat mereka dalam membeli dagangan beliau.

Selain itu, produk yang dijajakan beliau tidak terbatas pada satu jenis rasa es saja. Ibu Rosma membawa berbagai varian rasa, mulai dari rasa-rasa tradisional seperti the manis dinging hingga yang lebih modern dan digemari anak-anak yaitu es buah yang beliau kemas dalam cap gelas. Hal tersebut dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen yang beragam, terutama para wisatawan yang datang dari berbagai daerah. Menurutnya, variasi produk sangat penting untuk menarik perhatian, terlebih pada saat cuaca panas dan pengunjung membutuhkan sesuatu yang menyegarkan setelah berjalan-jalan.

Ketika ditanyakan mengenai kesesuaian produk yang dijual dengan budaya lokal dan kebutuhan para wisatawan yang berkujung, Ibu Rosma menjelaskan bahwa es keliling merupakan pilihan usaha yang cukup tepat. Karena menurut beliau dengan ia berjualan es keliling dapat dengan mudah dijangkau oleh semua kalangan, Dimana dengan beliau berjualan es secara berkeliling membuatnya lebih fleksibilitas dalam menjangkau titik-titik keramaian tanpa harus menetap di satu lokasi. Ia merasa bahwa jenis produk dan metode penjualannya mampu menyesuaikan dengan dinamika kawasan wisata, baik dari segi iklim maupun perilaku pengunjung.

Selain itu, Ibu Rosma juga mengatakan bahwa keberadaan kawasan wisata Jam Gadang sangat berdampak positif terhadap kelangsungan usahanya. Hal ini disebabkan oleh jumlah wisatawan yang terus berdatangan, baik dari luar daerah maupun antar wilayah, hanya untuk melihat keindahan yang terdapat di Bukittinggi, khususnya di kawasan Jam Gadang. Kondisi tersebut memberikan peluang ekonomi yang besar, khususnya bagi pelaku usaha kecil seperti dirinya.



Gambar 1. Foto Bersama Ibu Penjual Es Keliling

Narasumber Kedua Ibu Era, Umur 36 Tahun

Ibu Erna merupakan salah satu wisatawan domestik yang saat itu tengah berkunjung ke kawasan wisata Jam Gadang, Bukittinggi. Dalam kesempatan wawancara yang dilakukan secara santai di area sekitar tugu Jam Gadang, beliau dengan senang hati membagikan pengalamannya selama berwisata di Kota Bukittinggi bersama keluarga.

Ketika ditanyakan mengenai hal yang paling berkesan selama berada di Bukittinggi, Ibu Erna menyampaikan bahwa suasana dan pemandangan alam yang ditawarkan menjadi pengalaman yang tidak terlupakan. Keindahan alam yang menyatu dengan keramahan masyarakat setempat membuat kunjungannya terasa hangat dan menyenangkan. Alasan utama beliau memilih Bukittinggi sebagai destinasi wisata adalah karena daya tarik ikon kota ini, yaitu Jam Gadang, yang menurutnya sangat menarik untuk dikunjungi. Selain itu, Bukittinggi juga memiliki sejumlah objek wisata lain yang tidak kalah mempesona, seperti Kawasan Ngarai Sianok yang menyuguhkan pemandangan dramatis berupa tebing curam, lembah hijau, serta udara bersih khas pegunungan. Semua unsur tersebut memberikan kesan sejuk dan damai bagi para pengunjung.

Lebih lanjut, Ibu Erna juga menyebutkan bahwa tempat-tempat wisata seperti Lobang Jepang dan Janjang Seribu turut memperkaya pengalamannya selama berada di Bukittinggi. Kedua destinasi ini menawarkan nuansa sejarah dan budaya yang kuat, yang menurut beliau sangat menarik dan memberikan nilai tambah tersendiri bagi wisatawan. Berbagai alasan

tersebut menjadi pertimbangan utama beliau dalam memilih Bukittinggi sebagai tujuan wisata bersama keluarga.

Ketika ditanya mengenai sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan, Ibu Erna memberikan penilaian yang sangat positif. Menurut beliau, masyarakat yang berada di sekitar kawasan Jam Gadang, khususnya para pedagang, menunjukkan sikap ramah dalam menawarkan dagangan mereka. Keramahan tersebut menurutnya menjadi nilai lebih bagi Kota Bukittinggi sebagai kota wisata, karena mampu menciptakan suasana yang nyaman dan bersahabat bagi pengunjung dari luar daerah.

Dalam pandangan Ibu Erna, aspek alam yang paling menarik dari Kota Bukittinggi adalah suasana sejuk dan damai yang ditawarkan oleh lingkungan kotanya. Hal ini didukung oleh banyaknya ruang terbuka hijau dan panorama alam yang masih asri dan bisa dinikmati oleh para wisatawan. Kota Bukittinggi yang terletak di dataran tinggi dan dikelilingi oleh pegunungan, seperti Gunung Marapi dan Gunung Singgalang, menjadi alasan utama mengapa kota ini terasa begitu menyenangkan dan menyegarkan bagi pengunjung.



Gambar 2. Foto Bersama Para Wisatawan

Narasumber Ketiga Saudara Ridwan, Umur 25 Tahun

Ridwan merupakan salah satu pemuda yang tinggal di sekitar kawasan wisata Jam Gadang, Bukittinggi. Dalam kesempatan wawancara yang dilakukan secara langsung di sekitar lokasi wisata, ia dengan antusias menceritakan peran serta pandangannya terhadap perkembangan pariwisata di daerah tempat tinggalnya.

Ketika ditanyakan mengenai perannya dalam mendukung kegiatan pariwisata, Ridwan menyampaikan bahwa sebagai generasi muda yang berdomisili di daerah wisata, ia merasa memiliki tanggung jawab untuk turut berkontribusi dalam memajukan sektor pariwisata lokal. Salah satu upaya yang secara konsisten ia lakukan adalah memperkenalkan keindahan Kota Bukittinggi melalui media sosial. Menurutnya, media sosial menjadi sarana yang efektif dan efisien dalam memperluas jangkauan promosi destinasi wisata. Melalui unggahan foto maupun video, ia berharap banyak orang di luar daerah mengetahui pesona Bukittinggi, terutama ikon terkenalnya yaitu Jam Gadang. Ridwan percaya bahwa promosi

yang baik di media sosial akan membangkitkan rasa penasaran dan ketertarikan wisatawan untuk datang langsung mengunjungi kota tersebut.

Saat dimintai pendapat mengenai apa yang membuat Kota Bukittinggi menarik bagi wisatawan, Ridwan menjelaskan bahwa daya tarik utama kota ini tentu saja terletak pada keberadaan monumen legendaris Jam Gadang. Namun, menurutnya, daya tarik Bukittinggi tidak berhenti di situ saja. Terdapat banyak destinasi wisata lainnya yang tak kalah menarik, seperti Lobang Jepang, Ngarai Sianok, dan Janjang Seribu. Tempat-tempat tersebut tidak hanya menyuguhkan keindahan visual, tetapi juga menyimpan nilai sejarah dan misteri yang memperkaya pengalaman wisata para pengunjung. Ditambah lagi, Bukittinggi memiliki suasana sejuk khas dataran tinggi yang dikelilingi oleh pegunungan, menjadikannya sebagai tempat yang ideal untuk berlibur dan melepas penat dari hiruk-pikuk kehidupan kota.

Lebih lanjut, ketika ditanya mengenai pendapatnya tentang keindahan alam yang ada di sekitar tempat tinggalnya, Ridwan menyampaikan bahwa Bukittinggi memiliki panorama alam yang luar biasa. Kombinasi antara udara segar, pemandangan hijau, serta kontur wilayah yang berbukit menjadikan kota ini memiliki daya tarik tersendiri. Tidak hanya memberikan ketenangan bagi para pengunjung, keindahan alam tersebut juga memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal. Ia menekankan bahwa sektor pariwisata yang berkembang turut membuka peluang usaha bagi warga sekitar, seperti pedagang kecil, pemandu wisata, hingga pengelola penginapan.



Gambar 3. Foto Bersama Masyarakat Lokal

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai hubungan antara ketiga variabel penelitian dengan daya tarik Kota Bukittinggi sebagai kota wisata utama di Indonesia. Penelitian yang dilakukan di Kota Bukittinggi ini menunjukkan bahwa

keberhasilan suatu daerah menjadi destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam atau warisan budaya yang dimilikinya, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat setempat berinteraksi dengan wisatawan, bagaimana pemerintah mengelola kawasan, dan bagaimana nilai-nilai sosial dan budaya tetap dipertahankan sambil terus beradaptasi dengan zaman. Jika dikaitkan dengan Bukittinggi, sinergi antara karakteristik masyarakat yang ramah dan terbuka, kekayaan potensi fisik alam yang luar biasa, serta kekuatan sosial budaya yang hidup dalam keseharian, menjadi fondasi utama yang menjadikan kota ini unggul dalam sektor pariwisata.

Peran Karakteristik Masyarakat dalam Pariwisata

Karakteristik masyarakat Bukittinggi, yang ditandai oleh keramahan, keterbukaan, dan partisipasi aktif, merupakan komponen kunci dalam menarik dan mempertahankan minat wisatawan. Hal ini sejalan dengan teori Community Based Tourism oleh Sunaryo (2013) yang menyatakan bahwa masyarakat harus menjadi subjek pembangunan wisata agar keberlanjutan pariwisata tercapai.

Masyarakat tidak hanya menerima wisatawan, tetapi juga aktif sebagai pelaku usaha dan penyelenggara atraksi budaya. Dengan kata lain, mereka adalah aset sosial yang memperkuat citra destinasi. Yoeti (2006) juga menegaskan bahwa interaksi sosial yang positif antara wisatawan dan penduduk lokal memperkuat pengalaman wisata dan menumbuhkan loyalitas.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung di lapangan, dapat dilihat bahwa masyarakat Bukittinggi memiliki karakter yang sangat mendukung iklim pariwisata. Keramahan warga bukan sekadar basa-basi, melainkan sudah menjadi kebiasaan dan bagian dari nilai budaya. Kalimat yang sering terdengar dari warga seperti “tamulah *rajo*” mencerminkan penghormatan tinggi terhadap pengunjung, yang kemudian berpengaruh pada kenyamanan dan kesan positif wisatawan terhadap daerah ini.

Masyarakat juga secara aktif terlibat dalam berbagai aktivitas pariwisata. Mereka tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, seperti pedagang oleh-oleh, pemilik warung makan, atau penyedia homestay, tetapi juga turut memelihara lingkungan dan nilai-nilai budaya. Warga lokal di sekitar Jam Gadang, misalnya, terlihat rutin menjaga kebersihan kawasan dan tidak segan membantu wisatawan yang terlihat bingung. Bahkan mereka dapat menjadi “pemandu tidak resmi” yang dengan sukarela menunjukkan arah atau memberi rekomendasi kuliner khas.

Partisipasi ini bukan hanya sebatas keterlibatan fisik, tetapi juga mencerminkan rasa memiliki yang tinggi terhadap keberhasilan sektor pariwisata. Warga merasa bahwa

pariwisata bukan hanya tanggung jawab pemerintah, melainkan menjadi bagian dari kehidupan mereka sendiri. Ketika wisata ramai, pendapatan masyarakat meningkat, dan ketika kawasan wisata bersih dan aman, yang menikmati bukan hanya pengunjung, tetapi juga mereka yang tinggal di sekitarnya. Ini adalah bentuk partisipasi berbasis kesadaran, bukan paksaan, dan menjadi modal sosial yang sangat berharga.

Daya Tarik Fisik Alam Bukittinggi

Bukittinggi memiliki lanskap alam yang sangat potensial sebagai objek wisata. Kombinasi antara bentang alam yang indah, iklim sejuk, serta situs sejarah dan budaya menjadikannya destinasi yang multikompleks. Fandeli dan Mukhlison (2000) menyebut bahwa faktor lanskap, keaslian alam, dan keindahan visual merupakan komponen penting dalam menarik wisatawan. Selain itu, peran pemerintah dalam menjaga aksesibilitas dan kebersihan kawasan wisata memperkuat nilai tawar destinasi. Hal ini mendukung teori Pendit (2002) tentang pentingnya pengelolaan destinasi yang memperhatikan kenyamanan, keamanan, dan konservasi lingkungan. Meskipun demikian, diperlukan perhatian lebih terhadap pengelolaan sampah dan penataan ruang publik, khususnya di kawasan padat seperti Pasar Atas dan sekitarnya.

Bukittinggi secara geografis terletak di dataran tinggi yang dikelilingi oleh pegunungan seperti Gunung Singgalang dan Marapi. Udara yang sejuk dan lanskap yang menawan menjadikan kota ini sangat ideal sebagai destinasi wisata alam. Dari observasi dan pernyataan wisatawan, kawasan Ngarai Sianok menjadi objek wisata alam yang paling mencolok dan memikat. Pemandangan tebing curam yang berpadu dengan hamparan lembah hijau di bawahnya menciptakan lanskap yang memukau. Wisatawan menyebutnya sebagai salah satu pemandangan terbaik di Indonesia, bahkan dibandingkan dengan destinasi lain yang lebih dulu populer.

Selain Ngarai Sianok, Lobang Jepang dan Janjang Seribu juga memiliki nilai jual yang tinggi karena menggabungkan unsur sejarah, edukasi, dan petualangan. Hal ini membuktikan bahwa Bukittinggi tidak hanya menawarkan keindahan visual, tetapi juga menyimpan nilai cerita yang dapat memperkaya pengalaman wisatawan. Daya tarik seperti ini sangat dibutuhkan di era wisata pengalaman (*experiential tourism*), di mana pengunjung tidak hanya ingin melihat, tetapi juga merasakan dan memahami apa yang mereka kunjungi.

Gambar-gambar dokumentasi dalam laporan, secara visual memperkuat kesan bahwa alam Bukittinggi menjadi andalan utama. Dalam gambar tersebut terlihat suasana tenang, udara cerah, dan keasrian lingkungan yang dapat memberikan ketenangan psikologis bagi wisatawan. Banyak wisatawan yang datang untuk “melarikan diri” dari keramaian kota, dan

Bukittinggi berhasil menjawab kebutuhan itu dengan tawaran alam yang natural dan relatif belum tercemar modernisasi berlebihan.

Fasilitas umum seperti trotoar, taman, dan ruang terbuka hijau yang dikelola cukup baik juga menjadi nilai tambah. Meskipun masih ada catatan pada beberapa titik yang padat aktivitas seperti Pasar Atas yang butuh penataan ulang, secara umum tata kota Bukittinggi memperlihatkan perhatian pemerintah terhadap kenyamanan pengunjung.

Faktor Sosial sebagai Penguat Citra dan Pengalaman Wisata

Faktor sosial di Bukittinggi memperkuat kesan positif wisatawan. Budaya gotong royong, nilai sopan santun, dan praktik ekonomi kreatif memberikan pengalaman otentik yang sulit ditemukan di kota lain. Interaksi sosial yang sehat serta tingginya rasa tanggung jawab warga terhadap citra daerah mendorong terciptanya atmosfer wisata yang inklusif.

Hal ini sesuai dengan teori Hartadji (2024) yang menyebutkan bahwa socio-cultural hospitality berperan penting dalam keberhasilan destinasi wisata. Bahkan promosi yang dilakukan oleh pemuda melalui media sosial menunjukkan bahwa nilai budaya lokal dapat dikemas secara modern dan menarik generasi milenial. Salsabilla (2024) menyebut bahwa strategi pemasaran sosial berbasis budaya mampu meningkatkan engagement dan kesadaran wisata.

Dari sisi pemberdayaan, Widyaningsih (2019) menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam ekonomi kreatif dan atraksi budaya meningkatkan kesejahteraan serta memperkuat identitas budaya.

Aspek sosial juga menjadi elemen yang sangat penting dalam kesuksesan sektor pariwisata di Bukittinggi. Nilai-nilai gotong royong, kesopanan, dan solidaritas masih terasa kuat dalam kehidupan masyarakat. Interaksi antara warga dan wisatawan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga sosial. Hal ini terlihat dalam bagaimana pelaku usaha menjaga harga agar tetap wajar, menyediakan informasi dengan jujur, dan menjaga kualitas produk yang mereka jual.

Salah satu contoh nyata disampaikan oleh saudara Ridwan, penjual es kul-kul, yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik akan membuat wisatawan datang kembali dan merekomendasikan kepada yang lain. Sikap ini bukan hanya bijak secara ekonomi, tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap citra daerah. Ini adalah bentuk socio-cultural hospitality, di mana masyarakat menyadari bahwa wisata bukan hanya soal uang, tetapi juga tentang reputasi dan nilai jangka panjang.

Hasil dokumentasi dalam laporan menunjukkan bagaimana suasana sosial itu terwujud dalam interaksi antara pedagang dan pengunjung, serta aktivitas ekonomi kecil

yang hidup di sekitar kawasan wisata. Warga menjajakan produk khas lokal dengan senyum dan keramahan yang terasa tulus. Aktivitas ini menciptakan suasana yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga membangun rasa aman dan nyaman.

Sinkronisasi Faktor sebagai Kunci Keberhasilan

Sinergi antara karakteristik masyarakat, potensi fisik alam, dan stabilitas sosial menjadikan Bukittinggi destinasi wisata unggulan. Pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan generasi muda mampu berkolaborasi untuk menciptakan kota wisata yang lestari dan kompetitif. Citra kota ini bukan hanya dibangun oleh strategi promosi, tetapi juga oleh nilai-nilai budaya, pengalaman positif wisatawan, dan pengelolaan yang berorientasi pada keberlanjutan. Hal ini mencerminkan prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan dalam RIPPNAS 2010–2025 yang menekankan keterpaduan antara aspek sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan.

Melihat perkembangan saat ini, salah satu kekuatan yang mendukung keberhasilan pariwisata Bukittinggi adalah peran generasi muda. Pemuda lokal memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Mereka aktif mengunggah konten visual seperti foto pemandangan, video makanan khas, hingga kegiatan budaya dalam bentuk yang menarik bagi wisatawan muda. Promosi digital ini membantu Bukittinggi menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk kalangan wisatawan milenial dan Gen Z yang lebih aktif menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk mencari rekomendasi wisata.

Peran ini menjadi sangat strategis, karena dengan biaya promosi yang rendah, informasi tentang Bukittinggi bisa menyebar secara luas dan cepat. Ini sesuai dengan tren baru dalam dunia pariwisata, di mana keputusan berkunjung sangat dipengaruhi oleh user-generated content. Pemerintah daerah tampaknya juga mendukung hal ini dengan menyediakan fasilitas digital seperti Wi-Fi gratis di beberapa ruang publik serta akun media sosial resmi yang aktif.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, keberhasilan Kota Bukittinggi sebagai destinasi wisata terkemuka di Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi sinergis antara karakter masyarakat, keindahan alam, serta strategi sosial budaya yang diterapkan. Karakteristik masyarakat yang ramah, terbuka terhadap wisatawan, dan aktif dalam kegiatan pariwisata lokal menjadi fondasi penting dalam menciptakan pengalaman berkesan bagi pengunjung melalui layanan akomodasi, kuliner, dan seni budaya. Selain itu, kondisi fisik alam yang menakjubkan—meliputi pegunungan, ngarai, dan udara sejuk—menjadi daya tarik utama yang memperkuat

citra kota sebagai tempat wisata unggulan, terlebih dengan dukungan infrastruktur yang memadai. Faktor sosial seperti nilai gotong royong, stabilitas komunitas, dan keterlibatan generasi muda dalam promosi budaya turut menciptakan lingkungan wisata yang aman dan menyenangkan. Kesuksesan Bukittinggi merupakan hasil kolaborasi harmonis antara potensi alam dan pendekatan berbasis komunitas yang menekankan prinsip keberlanjutan, menjadikannya ikon pariwisata nasional yang patut diteladani.

DAFTAR PUSTAKA

- Azman, H. A., Putra, R. A., & Yuliana, E. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan berulang wisatawan milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1–17.
- Duha, A., Ananda, R. F., & Sari, N. R. (2025). Analisis potensi wilayah Kota Bukittinggi, Sumatra Barat: Regional potential analysis of Bukittinggi City, West Sumatra. *Jurnal Potensi*, 4(2).
- Dwisaputra, M., Fahmi, R., & Hidayat, M. (2017). Motivasi pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi Sumatera Barat. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–14.
- Fandeli, C., & Mukhlison, F. (2000). *Manajemen destinasi pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit UGM.
- Hartadji, D. K. (2024). Peran masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(2), 81–83.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2010). *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPNAS) 2010–2025*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu pariwisata: Sebuah pengantar perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Ramadhani, N., Siregar, Y., & Lubis, F. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan sektor pariwisata di kota-kota Sumatera Barat. *Media Riset Ekonomi Pembangunan (MedREP)*, 2(1).
- Salsabilla, R. (2024). Strategi pemasaran budaya lokal melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi Wisata*, 6(1), 45–56.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata berbasis masyarakat*. Yogyakarta: Gava Media.
- Syaleh, H. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke Kota Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 126–134.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Widyaningsih, E. (2019). Pemberdayaan sosial masyarakat melalui desa wisata. *Jurnal Pemberdayaan*, 2(2), 88–97.

Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yofina, M. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan domestik ditinjau dari perspektif daya tarik destinasi wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 13(1).