



Article

Peran Biro Perjalanan Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Ke Edupark Alaska Karanganyar

Laksana Febri Setya Nugraha ^{1,*}

1 Departemen Pariwisata, Universitas Harapan Bangsa, Purwokerto, Indonesia

* Correspondence : laksanafebrisetyanugraha@uhb.ac.id

Abstract: *This research was conducted to analyze the role of travel agencies in supporting the increase of tourist visits to Edupark Alaska, Karanganyar. The research method used was descriptive qualitative. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the management of Edupark Alaska and partner travel agencies in the Solo Raya region. The results of the study indicate four main roles of travel agencies in increasing tourist visits to Edupark Alaska: (1) arranging and selling educational tour packages; (2) establishing mutually beneficial promotional collaborations; (3) providing accurate information on attractions and amenities. These four roles facilitate market access, particularly for educational tours by school groups, as well as support the wider distribution of destination information. These findings confirm that synergistic collaboration between destination managers and travel agencies has the potential to support the increase of tourist visits to Edupark Alaska.*

Received: 11 May 2026

Revised: 30 July 2026

Accepted: 11 August 2026

Published: 20 August 2026



Copyright: © 2026 by the authors.

License Universitas Harapan Bangsa, Purwokerto, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Keywords: *Travel Agencies; Tourist Visits; Educational Tourism; Edupark Alaska*

Pendahuluan

Pariwisata Indonesia memiliki vital dalam perekonomian nasional melalui kontribusi devisa, penciptaan lapangan kerja, dan efek multiplier pada sektor transportasi, akomodasi, serta usaha penunjang (Hadji, Wahyudi & Pratama, 2017). Dalam kerangka pembangunan kepariwisataan nasional, kolaborasi antar pelaku industri menjadi kunci keberlanjutan destinasi (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia

Nomor 50 Tahun 2011). Salah satu kolaborasi krusial terjadi antara pengelola objek wisata dan Biro Perjalanan Wisata (BPW). BPW berfungsi sebagai saluran distribusi (*distribution channel*) yang menjembatani produsen destinasi dan konsumen wisatawan, sehingga destinasi mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah dengan potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, sejarah, budaya, hingga wisata edukasi. Edupark Alaska di Desa Pendem, Kecamatan Mojogedang, merupakan destinasi wisata edukasi rohani Islam yang diresmikan pada 16 Juni 2020. Destinasi ini memadukan konsep rekreasi dan pembelajaran praktik manasik haji dan umrah melalui replika tempat-tempat suci di Makkah dan Madinah. Meskipun memiliki daya tarik unik (minat khusus), Edupark Alaska membutuhkan upaya pemasaran yang masif untuk meningkatkan kunjungan, terutama dari segmen rombongan sekolah dan *family gathering*.

Penelitian terdahulu oleh Annisa dan Alvianna (2017) mengkaji peran BPW dalam meningkatkan minat wisata ke Gunung Bromo. Namun, celah penelitian (*research gap*) masih terlihat pada destinasi wisata edukasi/religi yang sangat bergantung pada segmen kelembagaan yaitu sekolah atau biro perjalanan umroh dan haji dan musiman seperti musim haji. Berdasarkan latar belakang dan celah penelitian tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis peran BPW dalam mendukung pemasaran dan kunjungan wisata ke Edupark Alaska Karanganyar.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena secara mendalam dalam konteks sosial alamiah (Creswell, 1994). Penelitian dilaksanakan di Edupark Alaska, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah pada Januari 2025.

Informan penelitian berjumlah lima orang, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria informan meliputi: (1) Pengelola Edupark Alaska; (2) Pengelola BPW yang memiliki kerja sama dengan Edupark Alaska; dan (3) Kelompok wisatawan yang menggunakan jasa BPW.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara, serta observasi partisipatif terhadap mekanisme kerja sama dan penjualan. Data sekunder berupa dokumen kerja sama (MoU), brosur paket wisata, serta data kunjungan rombongan dari pengelola Edupark Alaska. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, dibantu pedoman wawancara dan alat perekam. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan). Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Hasil dan Pembahasan

Edupark Alaska merupakan objek wisata edukasi dan wisata religi di Kabupaten Karanganyar. Edupark Alaska merupakan replika dari Kota *Makkah Al Mukarramah* yang terdapat di dalamnya replika *Ka'bah*, replika tempat *Sa'i*, replika *Arofah*, dan replika yang lainnya. Edupark Alaska menjadi tempat manasik haji dan umrah, wisata religi yang eksklusif serta pendidikan yang lengkap dan nyaman dengan luas

kurang lebih 12.000 m². Berlokasi di Jalan Karanganyar, Dusun Sukorejo, Desa Pendem, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah berjarak kurang lebih tujuh belas kilometer dari pusat kota menuju arah utara. Edupark Alaska diresmikan pada tanggal 16 Juni 2020 yang diharapkan menjadi objek wisata terutama wisata edukasi. Edupark Alaska berlokasi di Desa Pendem, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar merupakan objek wisata minat khusus yaitu wisata edukasi rohani Islam yang dibuka untuk umum setiap hari dari pukul 08.00 hingga pukul 15.30 dengan rata-rata kunjungan pada pagi hari antara pukul 08.00 hingga pukul 10.00 dan sangat ramai ketika hari Sabtu, Minggu, hari libur nasional, musim haji dan ketika jeda sekolah untuk mengisi kegiatan jeda sekolah. Harga tiket masuk Edupark Alaska dibanderol dengan harga Rp25.000,00/orang dan nantinya mendapatkan tiket berbentuk paspor serta air mineral dalam kemasan. Pengunjung Edupark Alaska mayoritas merupakan rombongan dari sekolah, selain rombongan dari sekolah ada juga rombongan untuk melakukan manasik haji. Rombongan tersebut banyak berasal dari dalam daerah seperti Solo Raya hingga dari luar daerah Solo Raya seperti dari Jawa Timur. Edupark Alaska menjadi tempat untuk belajar praktik manasik haji dan umrah yang nyaman. Untuk memahami produk yang dipasarkan oleh BPW, maka dilakukan identifikasi pada Edupark Alaska menggunakan kerangka 4A (Cooper et al., 1993) yang meliputi *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary*. Identifikasi ini dirangkum dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Identifikasi Komponen 4A Edupark Alaska

Komponen 4A	Deskripsi
<i>Attractions</i>	Replika 10 lokasi ibadah haji/umrah (<i>Ka'bah, Masjidil Haram, Jabal Rahmah, Terowongan Mina, Jamarat, Muzdalifah, Gua Hira, Masjid Nabawi, Jabal Rahmah, Arofah</i>), area <i>outbound</i> , dan kolam renang.
<i>Accessibility</i>	Jalan lebar beraspal, rambu petunjuk jalan, tersedia di <i>Google Maps</i> . Akses dari arah Solo/Sragen dipermudah gerbang tol Karanganyar. Transportasi umum sulit.
<i>Amenities</i>	Tempat parkir luas, <i>mushola</i> , toilet bersih, denah lokasi, pos keamanan, gazebo, wahana bermain anak, area pedagang UMKM.
<i>Ancillary</i>	Tiket masuk sebesar Rp 25.000. Jasa pemandu wisata edukasi/manasik dengan biaya tambahan Rp 100.000 tiap rombongan.

Peran biro perjalanan wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Edupark Alaska antara lain:

1. Menyusun dan menjual paket wisata dengan salah satu tujuannya ke Edupark Alaska sebagai bagian dari paket wisata minat khusus dan paket wisata edukasi.
2. Melakukan suatu bentuk kerja sama di mana biro perjalanan wisata dan objek wisata Edupark Alaska semua mendapatkan keuntungan dari kerja sama tersebut. Bentuk kerja sama berupa saling melakukan promosi kepada konsumen dan wisatawan supaya menggunakan biro perjalanan tersebut serta promosi mengenai Edupark Alaska.

3. Menyediakan informasi yang akurat dan terbaru mengenai Edupark Alaska. Informasi tersebut dapat berupa atraksi, amenitas, akses, serta akomodasi sebagai penunjang kegiatan wisatawan.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Biro Perjalanan Wisata (BPW) berperan mendukung pemasaran dan kunjungan wisata ke Edupark Alaska melalui empat mekanisme utama: (1) menyusun dan menjual paket wisata edukasi; (2) menjalin kerja sama promosi mutualisme; (3) menyediakan informasi destinasi yang akurat. Ketiga peran ini memfasilitasi akses pasar bagi Edupark Alaska, khususnya dari segmen rombongan kelembagaan. Klaim peningkatan jumlah kunjungan dibatasi pada fungsi pendukung (mendukung potensi peningkatan) karena keterbatasan data kuantitatif tren kunjungan sebelum dan sesudah kolaborasi. Implikasi praktis penelitian ini adalah pentingnya pengelola Edupark Alaska memperluas jaringan kerja sama dengan BPW di luar Kawasan Solo Raya untuk diversifikasi pasar. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode campuran (*mixed-method*) untuk mengukur efektivitas kerja sama BPW terhadap lonjakan kunjungan secara kuantitatif.

Referensi

- Annisa, R., & Alvianna, S. (2017). Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel dalam Meningkatkan Minat Wisata ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 1(2).
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Jumlah Devisa Sektor Pariwisata Tahun 2018*. <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/22/1357/jumlah-devisa-sektor-pariwisata-2015.html> diakses 10 Agustus 2026.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and Practice*. London (UK): Pitman Publishing.
- Creswell, J. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California (US): SAGE Publications.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2003). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Hadji, K., Wahyudi, M., & Pratama, A. B. (2017). Potensi dan Pengembangan Wahana Obyek Wisata Alam Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Keluarga di Kabupaten Magelang. *URECOL*, 231–236.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta (ID): Salemba Humanika.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta (ID): Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kementerian Pariwisata. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*.
- Kurniawan, W. (2015). *Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang* [Undergraduate Thesis], Semarang (ID): Universitas Negeri Semarang.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian*. Kota Bandung (ID): Remaja Rosdakarya.
- Nazaruddin, & Muchlisah, F. (1994). *Buah Komersial*. Jakarta Timur (ID): Penebar Swadaya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung (ID): Penerbit Angkasa.
- Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta (ID): Pradnya Paramita.