

ORIGINAL ARTICLE

OPEN ACCES

Mengungkap Potensi Pariwisata Candi Bahal: Antara Warisan Budaya dan Tantangan Pengembangan



Muhtadina Hasibuan*¹

*Koresponden:

Email :
hasibuanmuhtadina@gmail.com

Afiliasi :

1. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan,
Indonesia

Sejarah Artikel :

Submit: 22 Maret 2025
Revisi: 26 April 2025
Diterima: 29 Mei 2025
Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci :

Candi Bahal, Pariwisata Budaya,
Keterlibatan Masyarakat, Promosi
Digital

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang menyebabkan penurunan popularitas Candi Bahal sebagai salah satu ikon wisata budaya di Sumatera Utara serta merumuskan strategi pengembangannya. Candi Bahal merupakan peninggalan sejarah bercorak Buddha Tantrayana dari abad ke-11 hingga ke-13 yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya, sejarah, dan edukasi. Namun, dalam satu dekade terakhir, keberadaannya mulai tertinggal akibat persaingan dengan destinasi wisata baru yang lebih atraktif dan didukung infrastruktur memadai. Selain itu, minimnya fasilitas pendukung seperti akses jalan, pusat informasi, dan sarana publik turut memperlemah daya tarik Candi Bahal. Faktor lain yang berperan adalah rendahnya partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata serta lemahnya strategi promosi dan branding, sehingga Candi Bahal kurang dikenal secara luas di tingkat regional maupun nasional. Penelitian ini menggunakan studi literatur dengan pendekatan kualitatif untuk menelaah kondisi terkini, membandingkan dengan studi kasus serupa, dan merumuskan rekomendasi pengembangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penguatan infrastruktur, penerapan community-based tourism (CBT), serta strategi promosi berbasis digital dengan storytelling sejarah dan identitas budaya merupakan langkah kunci untuk menghidupkan kembali Candi Bahal. Dengan strategi terpadu tersebut, Candi Bahal dapat bertransformasi menjadi destinasi unggulan yang tidak hanya bernalih ekonomi, tetapi juga mendukung pelestarian warisan budaya bangsa.

Abstract

This study aims to reveal the factors behind the declining popularity of Bahal Temple as one of the cultural tourism icons in North Sumatra and to formulate appropriate development strategies. Bahal Temple is a historical Buddhist Tantrayana heritage from the 11th-13th centuries, holding significant potential as a cultural, historical, and educational tourism destination. However, in the last decade, its prominence has faded due to competition from newer and more attractive tourist sites supported by better infrastructure. The lack of supporting facilities, such as road access, visitor information centers, and public amenities, has further weakened Bahal Temple's appeal. Another major issue lies in the low participation of local communities in tourism management and the absence of consistent promotion and branding strategies, resulting in limited recognition of Bahal Temple at regional and national levels. This research employs a literature review with a qualitative approach to examine current conditions, compare with similar case studies, and propose development recommendations. Findings indicate that improving infrastructure, implementing community-based tourism (CBT), and adopting digital promotion strategies emphasizing historical storytelling and cultural identity are essential steps to revitalize Bahal Temple. With an integrated strategy, Bahal Temple has the potential to be transformed into a leading tourism destination that not only generates economic benefits but also contributes to the preservation of Indonesia's cultural heritage.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan besar dalam pembangunan ekonomi, sosial, maupun budaya suatu daerah. Keberadaan destinasi wisata bukan hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga wadah pendidikan, pelestarian warisan sejarah, serta media pengenalan identitas suatu daerah kepada masyarakat luas. Di Indonesia, sektor pariwisata bahkan ditetapkan sebagai salah satu penggerak utama pembangunan daerah, karena mampu membuka lapangan kerja, mendorong



pertumbuhan usaha kecil menengah, serta memperkuat citra daerah di tingkat nasional maupun internasional. (Rusyidi & Fedryansah, 2018)

Dalam konteks pariwisata budaya, keberadaan situs sejarah seperti candi memiliki arti yang sangat penting. Candi bukan sekadar bangunan fisik, tetapi merupakan simbol peradaban masa lalu, bukti perkembangan agama dan budaya, sekaligus media pembelajaran bagi generasi sekarang. (Yubdina et al., 2024) Pengalaman di beberapa daerah di Indonesia membuktikan bahwa destinasi wisata berbasis warisan budaya, seperti Candi Borobudur di Jawa Tengah atau Candi Muara Takus di Riau, mampu memberikan dampak ekonomi yang signifikan apabila dikelola dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata berbasis warisan budaya memiliki peluang besar untuk mendukung pembangunan daerah.

Salah satu situs bersejarah yang memiliki potensi serupa adalah Candi Bahal, yang terletak di Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatera Utara. (Ritonga, 2024) Candi Bahal merupakan bagian dari kompleks percandian Padang Lawas yang jumlahnya mencapai puluhan, tersebar di wilayah Kabupaten Padang Lawas dan Padang Lawas Utara. Kompleks percandian ini diyakini berasal dari abad ke-11 hingga ke-13 Masehi, dan berkaitan erat dengan perkembangan ajaran Buddha aliran Tantrayana di kawasan Sumatera bagian utara. (Yanti et al., 2023) Dari sisi arsitektur, Candi Bahal memiliki ciri khas berupa material batu bata merah, stupa, dan relief yang menggambarkan pengaruh budaya India serta adaptasi lokal.

Pada masa lalu, terutama sebelum pemekaran wilayah administratif, Candi Bahal dikenal luas sebagai ikon wisata budaya di Tapanuli Selatan. Situs ini sering menjadi tujuan kunjungan wisatawan, baik dari kalangan akademisi, pelajar, maupun masyarakat umum. Letaknya yang strategis serta nilai sejarah yang terkandung di dalamnya menjadikan Candi Bahal sebagai salah satu destinasi unggulan daerah. Bahkan, candi ini sempat menjadi identitas utama sebelum lahirnya daerah otonom baru, yakni Kabupaten Padang Lawas, Kabupaten Padang Lawas Utara, dan Kota Padangsidiimpuan. (Ulian Barus, 2015)

Namun, dalam perkembangannya, popularitas Candi Bahal semakin meredup. Pemekaran wilayah yang diharapkan membawa dampak positif bagi pembangunan justru menghadirkan tantangan baru dalam hal koordinasi pengelolaan pariwisata. Setelah terpisah dari Tapanuli Selatan, promosi Candi Bahal sebagai destinasi wisata unggulan tidak lagi sekuat dulu. (Napitupulu, 2024) Kondisi ini diperparah oleh munculnya destinasi wisata baru, seperti Masjid Agung Syahrul Nur di Sipirok Tapanuli Selatan, taman Sibio-bio di Tapanuli selatan, Aek Sijorni di Tapanuli Selatan, dan berbagai wisata alam maupun kuliner lainnya berhasil menarik minat wisatawan lokal dengan dukungan infrastruktur yang lebih baik serta promosi yang gencar melalui media sosial. (Annisa Rosa Mora Harahap, 2025)

Pergeseran arus kunjungan ini menjadi tantangan besar bagi pengembangan Candi Bahal, karena tanpa strategi yang tepat baik dalam konservasi, pengelolaan, maupun promosi Candi Bahal berisiko semakin ditinggalkan dan kehilangan fungsinya sebagai warisan budaya sekaligus aset pariwisata berharga di Sumatera Utara. (Siregar, 2018) Selain itu, faktor minimnya fasilitas dan infrastruktur turut menjadi kendala utama dalam mengembangkan Candi Bahal. Akses jalan menuju lokasi masih terbatas, fasilitas publik seperti pusat informasi wisata, toilet, maupun area komersial belum memadai, membuat pengalaman pengunjung kurang berkesan. (Harahap, 2013) Padahal, dalam konteks pariwisata modern, kenyamanan dan kelengkapan fasilitas merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kunjungan wisatawan.

Pada sisi lain, partisipasi masyarakat lokal juga belum maksimal. Sebagian besar masyarakat di sekitar Candi Bahal belum terlibat secara aktif dalam kegiatan pariwisata, baik dalam bentuk usaha kuliner, kerajinan tangan maupun homestay. (Harahap, 2013) Akibatnya, manfaat ekonomi yang seharusnya bisa

diperoleh dari pengembangan pariwisata masih belum dirasakan secara merata oleh masyarakat. Jika kondisi ini dibiarkan, maka pariwisata Candi Bahal tidak akan memberikan kontribusi berarti terhadap peningkatan kesejahteraan lokal.

Tidak kalah penting adalah masalah pelestarian situs dan kebersihan. Sebagai bangunan bersejarah yang terbuat dari batu bata merah, Candi Bahal sangat rentan terhadap kerusakan akibat faktor alam maupun ulah manusia. Minimnya kesadaran pengunjung serta keterbatasan sumber daya dalam menjaga kelestarian situs menjadikan kondisi candi semakin mengkhawatirkan. Padahal, nilai historis Candi Bahal sangat besar, bukan hanya bagi masyarakat Padang Lawas Utara, tetapi juga bagi sejarah perkembangan agama Buddha di Nusantara. (Meyanti, 2019)

Potensi pariwisata Candi Bahal sejatinya masih sangat besar. Dengan nilai sejarah, arsitektur unik, serta keterkaitannya dengan jaringan percandian lain di Padang Lawas, Candi Bahal dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata sejarah, budaya, edukasi, bahkan spiritual. Lebih jauh, keberadaan Candi Bahal juga bisa menjadi bagian dari promosi wisata Sumatera Utara secara keseluruhan, melengkapi destinasi utama seperti Danau Toba. Namun, potensi ini baru bisa diwujudkan jika ada upaya serius dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah daerah, komunitas lokal, hingga akademisi dan pelaku industri pariwisata.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting Mengenai: Pengaruh munculnya destinasi wisata baru dan minimnya fasilitas pendukung terhadap penurunan popularitas Candi Bahal sebagai salah satu ikon wisata. Rendahnya partisipasi masyarakat lokal serta ketiadaan strategi promosi dan branding yang konsisten menyebabkan Candi Bahal. Pertanyaan-pertanyaan inilah yang menjadi dasar perlunya kajian akademik dalam rangka mengungkap potensi pariwisata Candi Bahal sekaligus menganalisis tantangan yang dihadapi dalam pengembangannya.

Dengan mengangkat persoalan ini dalam bentuk penelitian, diharapkan akan muncul rekomendasi yang komprehensif mengenai strategi pengembangan pariwisata Candi Bahal ke depan. Rekomendasi tersebut tidak hanya berfokus pada aspek promosi, tetapi juga menyentuh bidang infrastruktur, pelestarian situs, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Pada akhirnya, pengembangan Candi Bahal sebagai destinasi wisata bukan hanya untuk kepentingan ekonomi, tetapi juga untuk menjaga warisan budaya bangsa agar tetap lestari dan dikenal oleh generasi mendatang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *library research* atau studi pustaka. Metode ini dipilih karena penelitian dilakukan tanpa observasi lapangan, melainkan melalui penelusuran, analisis, dan sintesis berbagai literatur yang relevan. Studi pustaka dianggap efektif untuk menggali data konseptual, teori, maupun temuan-temuan penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan landasan dalam memahami potensi serta tantangan pengembangan pariwisata Candi Bahal. Menurut Zed studi pustaka merupakan teknik penelitian yang memanfaatkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data, baik berupa buku, jurnal, maupun dokumen resmi. Dengan metode ini, peneliti mampu menyajikan analisis komprehensif tanpa harus melakukan pengumpulan data langsung di lapangan. (Zed, 2004)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, berupa literatur akademik yang meliputi artikel jurnal nasional maupun internasional, buku teks, prosiding konferensi, laporan penelitian dari Balai Arkeologi dan Balai Pelestarian Cagar Budaya, serta publikasi digital dari repositori universitas maupun portal pemerintah. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran basis data ilmiah seperti Google Scholar, Garuda, dengan menggunakan kata kunci "Candi Bahal", "Padang Lawas tourism", "pariwisata budaya Indonesia", dan "konservasi warisan budaya". Literatur yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kebaruan, dengan prioritas pada publikasi sepuluh tahun terakhir, meskipun literatur klasik yang fundamental tetap digunakan sebagai rujukan penting.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan metode analisis isi (content analysis). Menurut Krippendorff analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari data dengan memperhatikan konteksnya. Proses analisis meliputi reduksi data dengan cara memilah informasi relevan, kategorisasi untuk mengelompokkan temuan berdasarkan tema besar, sintesis hasil bacaan menjadi kerangka analisis, dan interpretasi dengan mengaitkan data literatur pada teori pariwisata budaya, konsep konservasi, serta model pengembangan destinasi. (Krippendorff, 2019) Untuk menjaga keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber dengan cara membandingkan berbagai literatur dari jurnal ilmiah bereputasi, buku akademik, serta laporan resmi lembaga penelitian dan pemerintah. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menyajikan analisis komprehensif mengenai potensi pariwisata Candi Bahal meskipun berbasis pada studi pustaka. (Sugiyono, 2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Candi Bahal pada masa lalu dikenal luas sebagai salah satu ikon pariwisata budaya di kawasan Tapanuli Selatan, bahkan sebelum pemekaran wilayah administratif, candi ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan akademis maupun umum yang tertarik pada sejarah dan arkeologi. Keunikannya terletak pada arsitektur berbahan bata merah, relief bergaya Tantrayana, serta posisinya sebagai bagian dari kompleks percandian Padang Lawas yang menjadi bukti penting perkembangan ajaran Buddha di Nusantara. Identitas Candi Bahal sebagai warisan budaya pernah menjadikannya simbol kebanggaan daerah, di samping juga sebagai sarana pendidikan sejarah bagi generasi muda. Namun demikian, dalam dua dekade terakhir, popularitas Candi Bahal cenderung menurun secara signifikan jika dibandingkan dengan berbagai destinasi wisata baru yang bermunculan di Sumatera Utara. Hal ini sejalan dengan temuan Ritonga yang menekankan adanya perubahan dinamika pariwisata di tingkat regional, di mana destinasi lama yang kurang dikelola secara inovatif perlahaan tergeser oleh destinasi baru yang lebih atraktif. (Ritonga, 2024)

Berdasarkan hasil telaah literatur, terdapat sejumlah faktor utama yang menjelaskan fenomena ini. Pertama, Munculnya berbagai destinasi wisata baru, baik yang berbasis alam, religi, maupun rekreasi modern, telah menciptakan persaingan ketat. Objek seperti Aek Sijorni, Masjid Agung Syahrul Nur, dan taman rekreasi keluarga di berbagai wilayah Tapanuli Selatan lebih mudah menarik minat wisatawan karena menawarkan pengalaman rekreasi langsung, fasilitas lengkap, serta promosi gencar melalui media sosial. Kondisi ini membuat Candi Bahal kurang menonjol di mata publik, terlebih karena karakteristiknya sebagai wisata budaya membutuhkan pendekatan promosi yang lebih naratif dan berbasis storytelling, yang belum dioptimalkan hingga kini.

Kedua, keterbatasan fasilitas dan infrastruktur menjadi faktor penghambat yang nyata. Akses jalan menuju lokasi candi belum sepenuhnya memadai, sarana publik seperti pusat informasi, toilet, dan area komersial masih minim, sehingga pengalaman pengunjung tidak maksimal. Padahal, dalam tren pariwisata modern, kenyamanan dan fasilitas merupakan salah satu kunci utama yang menentukan tingkat kunjungan. Ketiga, rendahnya keterlibatan masyarakat lokal turut memperburuk situasi. Masyarakat sekitar belum banyak mengambil peran dalam ekosistem pariwisata, baik melalui usaha kuliner, penyediaan homestay, maupun kerajinan tangan. Akibatnya, potensi manfaat ekonomi dari pariwisata tidak terdistribusi secara merata dan masyarakat cenderung pasif dalam mendukung pelestarian maupun pengembangan situs.

Akhirnya, kelemahan dalam strategi promosi dan pengelolaan situs semakin mempertegas penurunan daya tarik Candi Bahal. Tidak ada branding yang konsisten, kampanye digital hampir tidak ada, dan promosi lebih banyak bersifat sporadis. Kondisi ini mengakibatkan Candi Bahal kehilangan identitasnya dalam peta pariwisata Sumatera Utara, meskipun memiliki nilai sejarah dan arsitektur yang

sangat berharga. Dengan demikian, hasil telaah literatur menegaskan bahwa penurunan popularitas Candi Bahal tidak hanya disebabkan oleh faktor eksternal seperti persaingan dengan destinasi baru, tetapi juga oleh faktor internal berupa lemahnya manajemen, keterlibatan masyarakat, serta strategi promosi yang belum optimal. Kombinasi faktor-faktor ini menunjukkan perlunya intervensi komprehensif untuk mengembalikan posisi Candi Bahal sebagai ikon pariwisata budaya unggulan di Sumatera Utara.

PERSAINGAN DAN KETERBATASAN FASILITAS DAN INFRASTRUKTUR WISATA CANDI BAHAL

Dalam satu dekade terakhir, pariwisata di Tapanuli Selatan mengalami perubahan signifikan. Berbagai destinasi baru bermunculan dengan daya tarik yang beragam, mulai dari wisata alam seperti Aek Sijorni, wisata religi seperti Masjid Agung Syahrul Nur, hingga wisata rekreasi keluarga yang lebih modern. Kehadiran destinasi ini mampu menarik minat wisatawan karena didukung oleh infrastruktur yang memadai, promosi digital yang gencar, serta kesesuaian dengan tren wisata kontemporer. Fenomena ini berbanding terbalik dengan posisi Candi Bahal yang semakin tertinggal, padahal secara historis ia pernah menjadi ikon pariwisata Tapanuli Selatan. Minimnya pembaruan strategi promosi membuat Candi Bahal tidak mampu menandingi pesatnya pertumbuhan destinasi baru yang lebih mudah diakses dan dipasarkan.

Salah satu faktor utama yang melemahkan posisi Candi Bahal adalah kesenjangan dalam strategi komunikasi dan branding destinasi. (Judisseno, 2019) Wisata baru memanfaatkan media sosial untuk menampilkan keindahan visual dan keunikan pengalaman, sehingga lebih "instagramable" bagi generasi muda. Sementara itu, Candi Bahal relatif jarang terekspos di platform digital, meski memiliki nilai sejarah dan arsitektur yang tinggi. Hal ini sejalan dengan temuan Richards bahwa tren wisata budaya di era digital membutuhkan *storytelling* kreatif yang dapat menghubungkan masa lalu dengan kebutuhan ekspresi visual masa kini. (Richards, 2018) Tanpa narasi yang kuat dan promosi digital yang berkesinambungan, Candi Bahal terkesan kaku dan sulit bersaing dengan destinasi modern yang lebih adaptif terhadap pasar.

Selain promosi, faktor infrastruktur dan fasilitas wisata juga berperan penting dalam menurunkan popularitas Candi Bahal. Wisata baru umumnya dilengkapi dengan akses jalan yang baik, area parkir luas, toilet bersih, serta fasilitas penunjang seperti kios kuliner dan ruang rekreasi. Kondisi ini menciptakan pengalaman wisata yang nyaman bagi pengunjung. Sebaliknya, akses menuju Candi Bahal masih terbatas dan fasilitas publik belum memadai, sehingga wisatawan kurang mendapatkan kenyamanan yang diharapkan. Kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur, sehingga destinasi yang kurang memadai dalam hal fasilitas cenderung ditinggalkan oleh pasar. Ketertinggalan ini memperlemah daya saing Candi Bahal dalam persaingan regional. (Anggi Oktawiranti, Saida Zainurossalamia Za, FahrizalAnwar, Dedi Djalipa, 2024)

Dampak dari persaingan dengan destinasi baru bukan hanya penurunan jumlah kunjungan, tetapi juga menyangkut keberlanjutan situs budaya. Popularitas yang menurun berarti berkurangnya pemasukan yang dapat digunakan untuk konservasi, pengembangan fasilitas, maupun pemberdayaan masyarakat sekitar. Jika tidak segera ditangani, kondisi ini berpotensi membuat Candi Bahal semakin terpinggirkan dan kehilangan relevansinya sebagai destinasi budaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi rebranding melalui promosi digital, penyediaan fasilitas modern tanpa mengurangi keaslian situs, serta integrasi ke dalam paket wisata regional. Dengan langkah tersebut, Candi Bahal tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan dengan destinasi baru, tetapi juga berpotensi bangkit sebagai ikon wisata budaya unggulan Sumatera Utara.

Berbagai literatur mencatat bahwa akses jalan menuju lokasi masih terbatas, fasilitas publik seperti toilet, pusat informasi, dan tempat istirahat kurang memadai, sementara area komersial untuk mendukung

aktivitas wisatawan hampir tidak tersedia, sementara ini merupakan faktor utama untuk menarik para wisatawan. Akibatnya, pengalaman pengunjung sering kali dianggap kurang memuaskan, terutama jika dibandingkan dengan destinasi lain yang lebih lengkap. (Harahap, 2013) (Candra & Sari, 2024)

Dalam teori pengembangan destinasi, fasilitas dan infrastruktur merupakan komponen utama dalam menciptakan daya tarik total (total attraction) yang menentukan kepuasan pengunjung. (Wibowo et al., 2023) Tanpa dukungan fasilitas, daya tarik utama berupa nilai sejarah dan arsitektur candi tidak cukup untuk mempertahankan minat wisatawan, apalagi jika kunjungan dilakukan dalam rangka rekreasi keluarga.

LEMAHNYA KETERLIBATAN DAN PROMOSI CANDI BAHAL

Hasil analisis menunjukkan bahwa salah satu faktor utama yang menghambat perkembangan pariwisata Candi Bahal adalah lemahnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi. Masyarakat sekitar candi cenderung pasif dan hanya menjadi penonton dari keberadaan situs ini. Hingga saat ini, partisipasi warga dalam bentuk usaha pendukung pariwisata, seperti kuliner tradisional, kerajinan tangan, maupun sport rekreasi lain masih sangat terbatas. Wisatawan yang berkunjung ke Candi Bahal umumnya hanya datang sebentar untuk melihat situs, lalu kembali tanpa meninggalkan dampak signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat. Hal ini membuat manfaat ekonomi dari pariwisata tidak tersebar secara merata, bahkan sebagian besar potensi ekonomi yang bisa dihasilkan dari kunjungan wisatawan tidak termanfaatkan dengan baik. Kondisi ini memperkuat pandangan Prayudi dan Indriani bahwa destinasi yang tidak dikelola berbasis komunitas cenderung stagnan dan gagal memberi kesejahteraan lokal. (Suharsono et al., 2021)

Minimnya keterlibatan masyarakat tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memengaruhi semangat pelestarian situs. Tanpa keterlibatan aktif, masyarakat tidak memiliki rasa kepemilikan yang kuat terhadap Candi Bahal, sehingga partisipasi dalam menjaga kelestarian situs pun rendah. Hal ini kontras dengan konsep *community-based tourism* (CBT) yang dijelaskan Okazaki, di mana masyarakat seharusnya ditempatkan sebagai aktor utama dalam pengelolaan pariwisata. Dalam praktik CBT, keterlibatan masyarakat menciptakan ekosistem destinasi yang hidup, dinamis, dan memiliki keberlanjutan jangka panjang. (Suharsono et al., 2021) (Putra et al., 2023)

Model ini terbukti berhasil di banyak daerah lain di Indonesia, misalnya di Kampung Wisata Karst Rammang-Rammang telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan destinasi. Melalui keterlibatan aktif warga dalam pengelolaan pariwisata, pendapatan masyarakat setempat mengalami peningkatan, sekaligus menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan serta budaya lokal. Penerapan CBT ini juga mendorong promosi yang lebih kuat dan meningkatkan citra destinasi Rammang-Rammang sebagai wisata unggulan berbasis alam dan budaya yang berkelanjutan. (Putra et al., 2023)

Penerapan *Community Based Tourism* (CBT) pada pengembangan destinasi seperti Candi Bahal menjadi strategi penting untuk memastikan keberlanjutan wisata sekaligus pemberdayaan masyarakat lokal. Konsep CBT menempatkan komunitas sebagai aktor utama dalam pengelolaan pariwisata, di mana masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pengambil keputusan, pengelola, dan penyedia layanan wisata. Melalui model ini, masyarakat dapat terlibat dalam penyediaan homestay, kuliner tradisional, dan produk kerajinan, sehingga terbentuk ekosistem pariwisata yang inklusif dan berbasis kearifan lokal. Hasil penelitian dalam beberapa studi menunjukkan bahwa CBT mampu meningkatkan rasa kepemilikan terhadap destinasi, memperkuat identitas budaya, sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi warga sekitar. Oleh karena itu, penerapan CBT di Candi Bahal tidak

hanya mendukung pelestarian situs sejarah, tetapi juga menjadi sarana peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat serta memperluas daya tarik destinasi di pasar wisata budaya.

Candi Bahal sebenarnya memiliki nilai sejarah yang tinggi dan bisa dijadikan ikon pariwisata Sumatera Utara, tetapi hingga kini promosi yang dilakukan pemerintah maupun sektor swasta masih sangat minim. Tidak ada program berkelanjutan yang menempatkan Candi Bahal dalam peta pariwisata regional maupun nasional. Padahal, jika dibandingkan dengan destinasi lain seperti Danau Toba yang ditetapkan sebagai destinasi super prioritas, terlihat perbedaan yang sangat jelas. Danau Toba mendapat dukungan berupa pembangunan infrastruktur, festival budaya tahunan, hingga kampanye digital yang gencar dan mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. (Putra Rajagukguk & Sofianto, 2020) Sementara itu, Candi Bahal seolah berjalan sendiri tanpa strategi promosi yang sistematis.

Lemahnya promosi juga tercermin dari kurangnya konten digital mengenai Candi Bahal. Di era digital saat ini, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi kanal utama yang memengaruhi keputusan wisatawan. wisata budaya di era digital membutuhkan *storytelling* visual yang kuat agar menarik perhatian generasi muda. (Sunjayadi, 2020) Sayangnya, Candi Bahal nyaris tidak memiliki representasi visual yang menarik di ruang digital. Hanya ada sedikit dokumentasi sederhana yang lebih bernuansa akademik ketimbang promosi kreatif. Akibatnya, secara visual dan naratif, Candi Bahal kalah bersaing dengan destinasi baru yang lebih “*instagramable*” seperti Aek Sijorni atau destinasi religi seperti Masjid Agung Syahrul Nur yang gencar dipromosikan melalui konten kreatif. Kondisi ini membuat Candi Bahal semakin tenggelam dalam persaingan pariwisata di Sumatera Utara.

Minimnya branding juga menjadi penyebab mengapa Candi Bahal sulit menempati posisi jelas dalam peta pariwisata Sumatera Utara. Branding dalam pariwisata bukan sekadar slogan atau logo, melainkan identitas menyeluruh yang membedakan destinasi dari yang lain. (Poti & Hendrayady, 2020) Candi Bahal sebenarnya memiliki potensi branding yang sangat kuat, misalnya sebagai “Borobudurnya Sumatera Utara” atau “Jejak Buddha Sumatera.” Identitas tersebut dapat membangun citra unik dan meningkatkan nilai jual destinasi. Namun, hingga kini, upaya untuk membangun citra seperti itu tidak pernah dilakukan secara konsisten. Candi Bahal masih dilihat hanya sebagai situs tua yang statis, bukan sebagai destinasi wisata yang memiliki identitas dan daya tarik emosional bagi wisatawan. Tanpa branding yang jelas, Candi Bahal sulit bersaing, apalagi di era ketika wisatawan lebih mencari destinasi yang memiliki pengalaman otentik sekaligus dapat dibagikan secara digital.

Implikasi dari lemahnya keterlibatan masyarakat dan promosi ini cukup serius. Pertama, dari aspek ekonomi, potensi pendapatan dari pariwisata tidak optimal dan tidak menciptakan *multiplier effect* bagi kesejahteraan lokal. Kedua, dari sisi citra, Candi Bahal tidak memiliki daya tarik kuat untuk dipasarkan baik di tingkat regional maupun nasional. Ketiga, dari sisi keberlanjutan, situs ini rentan ditinggalkan wisatawan karena dianggap kurang menarik, dan pada akhirnya kelestariannya bergantung sepenuhnya pada pemerintah. Jika kondisi ini dibiarkan, maka Candi Bahal hanya akan menjadi situs arkeologi yang statis tanpa kontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah.

Namun, hasil penelitian ini juga menunjukkan peluang yang bisa dimanfaatkan. Dengan mengoptimalkan keterlibatan masyarakat melalui model CBT, Candi Bahal dapat dihidupkan kembali sebagai destinasi yang bukan hanya bersejarah tetapi juga hidup dalam keseharian masyarakat. Demikian pula, dengan strategi promosi berbasis digital yang menekankan *storytelling* visual, Candi Bahal bisa mendapatkan kembali posisinya dalam peta pariwisata Sumatera Utara. Oleh karena itu, intervensi yang terarah dan berkelanjutan dari pemerintah daerah, akademisi, komunitas lokal, serta pelaku industri pariwisata sangat dibutuhkan agar Candi Bahal tidak hanya menjadi warisan budaya, tetapi juga sumber kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan popularitas Candi Bahal sebagai ikon wisata budaya di Sumatera Utara disebabkan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Pertama, munculnya berbagai destinasi wisata baru yang lebih atraktif, didukung infrastruktur yang memadai serta promosi gencar melalui media sosial, telah menggeser arus kunjungan wisatawan. Minimnya fasilitas pendukung di kawasan Candi Bahal, seperti akses jalan, pusat informasi, dan sarana publik, semakin memperlemah daya tarik destinasi ini di mata wisatawan modern yang menuntut kenyamanan dan kelengkapan fasilitas.

Kedua, rendahnya partisipasi masyarakat lokal dan lemahnya strategi promosi serta branding membuat Candi Bahal kehilangan identitasnya dalam peta pariwisata regional. Tanpa keterlibatan aktif warga dalam pengelolaan pariwisata, manfaat ekonomi dari keberadaan situs ini tidak dirasakan secara merata, sehingga masyarakat cenderung pasif. Demikian pula, tanpa promosi kreatif dan konsisten, nilai sejarah dan keunikan Candi Bahal kurang dikenal, terutama di kalangan generasi muda yang lebih tertarik pada destinasi yang mudah diakses secara visual dan digital.

Dengan demikian, pengembangan Candi Bahal sebagai destinasi unggulan membutuhkan pendekatan terpadu yang melibatkan perbaikan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat berbasis *community-based tourism* (CBT), serta strategi promosi digital yang menekankan pada storytelling sejarah dan identitas budaya. Jika langkah-langkah ini dapat dilaksanakan secara konsisten, Candi Bahal berpotensi untuk kembali menjadi ikon pariwisata Sumatera Utara sekaligus sumber kesejahteraan bagi masyarakat lokal.

REFERENSI

- Anggi Oktawiranti, Saida Zainurossalamia Za, FahrizalAnwar, Dedi Djalipa, A. R. (2024). Kepuasan Wisatawan Terhadap Pendapatan Ekonomi Di Indonesia Dengan Mediasi Infrastruktur. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 488–511.
- Annisa Rosa Mora Harahap, S. K. (2025). Strategi Komunikasi Pemerintah Desa dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Alam Aek Sijorni Kecamatan Sayurmatinggi Tapanuli Selatan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(2), 466–477.
- Candra, A. C., & Sari, W. N. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Amenitas dan Aksesibilitas Pariwisata di Jasmine Park Cisauk. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1).
- Harahap, H. A. (2013). *Studi Tentang Objek Wisata Candi Bahal Portib di Desa Bahal Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara*.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Gramedia pustaka utama.
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- Meyanti, L. (2019). Prasasti Pañai: Kajian Ulang Tentang Lokasi Kerajaan Pañai. *AMERTA, Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Arkeologi*, 37(1).
- Napitupulu, F. K. (2024). Pembuatan Website Pariwisata Tentang Relief Candi Bahal I di Padang Lawas Utara. *Student Research Journal*, 2(4), 282–294.
- Poti, J., & Hendrayady, A. (2020). Membangun Branding Image Kepulauan Riau sebagai Destinasi Wisata Nasional. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1).
- Putra, M. R. A., Iswara, A. R. P., Fasya, M. N., & Furqan, A. (2023). Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT) di Kampung Wisata Karst Rammang-Rammang, Kabupaten Maros. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 789–808.
- Putra Rajagukguk, T., & Sofianto, K. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Danau Toba. In *Jurnal Bahasa, Sastra, Seni dan Budaya* (Vol. 4).
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and*

- Tourism Management*, 36, 12–21.
- Ritonga, S. (2024). Dampak Keberadaan Objek Wisata Candi Bahal Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Desa Bahal Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 8(4), 2035.
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155–165.
- Siregar, A. A. S. (2018). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Candi Bahal oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara* [Universitas Sumatera Utara].
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsono, S., Nugroho, A. Y. A., & Harrison, A. (2021). Strategi Pengelolaan Destinasi Pariwisata Berbasis Komunitas Pasca Pandemi Covid19. *Prosiding SENAPENMAS*, 1371–1384.
- Sunjayadi, A. (2020). Pariwisata Sejarah Untuk Generasi Milenial dan Generasi Z. *Jurnal Sejarah*, 03(January).
- Ulian Barus, S. (2015). *Pemanfaatan Candi Bahal sebagai Media Pembelajaran Alam Terbuka dalam Proses Belajar Mengajar*.
- Wibowo, M. S., Novry, H., Paninggiran, K., & Heptanti, U. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 608–616.
- Yanti, M. Y., Yanuarmi, D., & Prastawa, W. (2023). Candi Bahal Sebagai Motif Pada Kemeja Padang Lawas, Sumatera Utara. *Journal of Fashion Design*, 2(2), 13.
- Yubdina, S., Laila, N., Dewi, ;, Rini, K., Made, N., Dwi, S., Khairiyah, N., Andre, ;, Prasetyo, D., & Azzahara, A. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi: Analisis SWOT Desa Wisata di Sekitar Candi Borobudur. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 14(2), 142–157.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.