

Analisis Potensi Wisata Desa Wisata Tarabunga, Kabupaten Toba, Sumatera Utara

Tuan Bobby Harsono Sinaga¹, Hanif Hasan²

¹ Fakultas Ilmu Budaya, Program Studi Pariwisata, Universitas Katolik Santo Thomas, Indonesia

² Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Palembang, Indonesia

Email : tbobbyhs@ust.ac.id¹, hanif.hasan@poltekipalembang.ac.id²

Alamat Kampus: Jl. Setiabudi No. 479, Medan

Korespondensi penulis : tbobbyhs@ust.ac.id

Abstract. :Tourism is one of the largest sources of income in many developed and developing countries, especially in Indonesia. Tarabunga Village, which is in Toba Regency, North Sumatra, currently does not seem to receive optimal attention. This research was conducted to analyze the tourism potential of the Tarabunga Tourism Village using qualitative research methods with parameters that can be measured from the 6A theory (attractions, activities, accessibility, amenities, additional services and available tour packages), then using observation, interviews, and other techniques. and questionnaires, as well as using SWOT analysis techniques to answer the strategy for developing the tourism potential of Tarabunga Tourism Village.

Keywords: 6A theory, SWOT analysis, Tarabunga Tourism Village, Tourism potential

Abstrak: Pariwisata adalah salah satu penyokong pemasukan terbesar di banyak negara maju serta negara berkembang, khususnya di negara Indonesia. Desa Tarabunga yang berada di Kabupaten Toba, Sumatera Utara saat ini seperti tidak begitu mendapatkan perhatian yang optimal. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis potensi wisata Desa Wisata Tarabunga dengan metode penelitian kualitatif dengan parameter-parameter yang dapat diukur dari teori 6A (atraksi, aktivitas, aksesibilitas, amenitas, pelayanan tambahan, dan paket wisata yang tersedia), selanjutnya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan kuisioner, serta menggunakan teknik analisis SWOT untuk menjawab bagaimana strategi pengembangan potensi wisata Desa Wisata Tarabunga.

Kata kunci: Analisis SWOT, Desa Wisata Tarabunga, Potensi Wisata, Teori 6A.

1. LATAR BELAKANG

Pada zaman industri globalisasi yang ada pada saat ini, pariwisata adalah salah satu kontributor terbesar dalam perekonomian global. Hal tersebut dikarenakan pariwisata adalah salah satu alternatif yang tepat bagi manusia untuk membebaskan diri dari rasa penat berbagai aktivitas-aktivitas mereka sehari-hari. Pariwisata memiliki arti perjalanan yang terjadi dan dilakukan seseorang ataupun lebih dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk liburan atau rekreasi. Pariwisata adalah salah satu penyokong pemasukan terbesar di banyak negara maju serta negara berkembang, khususnya di negara Indonesia.

Pengembangan potensi yang terjadi pada sektor pariwisata harus dikerjakan secara fokus, tepat, dan profesional agar pengembangan dan pemanfaatan aset-aset pariwisata dapat memberi dampak yang signifikan dalam menjadikan peran sektor pariwisata sebagai salah satu andalan

dalam pembangunan di masa depan. Tersedianya banyak potensi wisata alam dan pesona keindahan yang berada di Indonesia menarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara untuk melakukan perjalanan wisata di Indonesia.

Desa Tarabunga yang berada di Kabupaten Toba, Sumatera Utara saat ini seperti tidak begitu mendapatkan perhatian yang optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari masih banyaknya berbagai potensi wisata, baik daya tarik wisata alam, maupun daya tarik wisata budaya yang belum berkembang. Padahal sejatinya sektor pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah, daerah maupun desa, dan terlebih lagi kepada masyarakat. Daya tarik yang ada pada wisata Bukit Tarabunga memang sudah mulai berkembang dengan telah berlangsungnya beberapa acara-acara lokal, namun hal tersebut belum dinilai maksimal.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata merupakan suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar daripada tempat tinggalnya. Istilah pariwisata ini erat hubungannya dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan pendapatan (Suwantoro, 2004). (Wisnawa et al, 2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas layanan pariwisata, citra merek, dan kesadaran merek. Pariwisata juga sering dikaitkan atas 3 poin penting yaitu sebagai pemasukan ekonomi bagi masyarakat, sebagai tempat menumbuhkan interaksi sosial serta cara menjaga kelestarian hidup (HM, M. H. et al, 2023). Kapasitas layanan destinasi pariwisata dan sumber daya yang ada pada destinasi wisata juga turut serta memberikan kenyamanan wisatawan sehingga target pasar wisatawan dapat terpenuhi (Hasan & Karo Karo, 2023).

Nuryanti (dalam Yuliati & Suwandono, 2016) mengemukakan bahwa desa wisata adalah suatu bentuk gabungan antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku, dan merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke sana. Dalam meningkatkan kompetisi daya saing sebuah desa, upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan pengembangan menjadi desa wisata sebagai bentuk pemerataan pembangunan di tingkat desa (Soeswoyo et al, 2021) Wisata desa atau desa yang dijadikan tempat wisata merupakan salah satu jenis pariwisata berbasis masyarakat yang dianggap sebagai alternatif pariwisata yang lebih berkelanjutan karena menekankan keterlibatan aktif masyarakat lokal dan peran pengendali mereka dalam mengembangkan pariwisata lokal baik

budaya dan kebiasaan yang sudah diwariskan (Utami et al, 2019). Dibutuhkan perencanaan SDM yang melibatkan identifikasi kebutuhan untuk pengembangan strategi (Hanif Hasan, S.M., et al, 2024)

Suatu tempat wisata dapat dikatakan tempat wisata jika mengandung minimal unsur 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Service). Pada perkembangannya konsep 4A tersebut berkembang dengan adanya terdapat dua tambahan konsep yang dapat melengkapi konsep 4A tersebut sebagai dasar pengelolaan sebuah destinasi wisata. Konsep tersebut yaitu konsep 6A yang terdiri dari Attraction, Accessibility, Amenities, Activities, Available Package, dan Ancillary Service.

(Buhalis, 2000) mengemukakan bahwa perumusan formula dengan 6A, yaitu *attractions* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), *activities* (aktivitas), *available packages* (paket yang tersedia), dan *ancillary services* (layanan tambahan). Atraksi (alam, buatan, tujuan dibangun, warisan, acara khusus); aksesibilitas (seluruh sistem transportasi yang terdiri dari rute, terminal dan kendaraan); amenitas (fasilitas akomodasi dan katering, ritel, layanan wisata lainnya); paket yang tersedia (paket yang telah diatur sebelumnya oleh perantara dan prinsipal); aktivitas (semua aktivitas yang tersedia di destinasi dan apa yang akan dilakukan konsumen selama kunjungan); layanan tambahan (layanan yang digunakan oleh wisatawan seperti layanan perbankan, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan lain-lainnya).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode penelitian Kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang yang komprehensif. Metode ini lebih fokus pada interpretasi, pemahaman, dan deskripsi dalam konteks sosial yang kompleks, serta penelusuran arti, nilai, pendapat, serta pengalaman seseorang ataupun kelompok dalam kondisi tersebut.

Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data dengan cara metode penelitian kualitatif yang umum digunakan:

Wawancara: Nasution (2003) mengemukakan bahwa wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi langsung dari narasumber yang bersangkutan. Wawancara yaitu metode pengumpulan data yang menggunakan pedoman berupa pertanyaan yang diajukan langsung kepada obyek untuk mendapatkan respon secara langsung. Metode ini dilakukan untuk menghimpun data mengenai

gambaran umum yang berkaitan dengan penelitian ini, dengan pengelola Desa Wisata Tarabunga.

Observasi: Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi terus terang, yaitu pengamatan di mana peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian (Sugiyono 2009). Pengamatan ini diperlukan untuk mendapatkan data obyek dan valid yang tidak cukup dengan studi pustaka. Metode ini mengharuskan peneliti turun langsung ke lapangan dan mengamati secara langsung potensi wisata pada Desa Wisata Tarabunga.

Angket/Kuisisioner: Mardalis (2008) mengemukakan bahwa angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan angket atau kuisisioner yang daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*). Kuisisioner ini dilaksanakan dengan masyarakat/pengelola Desa Wisata Tarabunga, kelompok pariwisata yang ada di wilayah Kabupaten Toba dan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toba yang totalnya berjumlah 46 orang di mana jumlah tersebut cukup untuk mewakili jawaban akan analisis potensi wisata Desa Wisata Tarabunga.

Menurut metodologi penelitian kualitatif, industri pariwisata memiliki kekuatan dan kelemahan yang dapat dianalisis menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT merupakan suatu metode atau kerangka kerja yang biasa digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kinerja suatu perkumpulan.

Dalam analisis SWOT, kekuatan dan kelemahan merujuk pada aspek internal perkumpulan tersebut, seperti sumber daya manusia, kemampuan operasional, keunggulan produk, atau keuangan perusahaan. Sementara itu, peluang dan ancaman merujuk pada faktor eksternal yang bisa saja mempengaruhi perkumpulan tersebut, seperti perubahan tren pasar, persaingan industri, regulasi pemerintah, atau perkembangan teknologi. Untuk menganalisa faktor strategis industri pariwisata, ditentukan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman internal yang kemudian digunakan dengan pengembangan perencanaan strategis dalam matriks SWOT (Mondal, M. S. H, 2017).

Tujuan daripada analisis SWOT ini adalah untuk mendapatkan pengertian yang mendalam tentang posisi dan kondisi perkumpulan tersebut. Dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan, tim manajemen dapat mengembangkan strategi yang efektif dan efisien, serta memanfaatkan peluang yang ada, dan juga mengatasi tantangan yang akan dihadapi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil data penelitian mengenai analisis potensi wisata dan strategi untuk mengembangkan Desa Wisata Tarabunga, berdasarkan teori Buhalis (2000) yang menyatakan komponen 6A sebagai pengembangan pariwisata yang mencakup: *Attraction* (Atraksi), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary Services* (Layanan Pendukung), *Activity* (Kegiatan), *Accessibilities* (Aksesibilitas), dan *Available Package* (Paket Wisata) dapat diterapkan.

1. Attractions (Atraksi)

Atraksi alam di Desa Tarabunga sangat baik dengan adanya pemandangan indah dari bukit Tarabunga dan pantai Tarabunga. Begitu juga dengan atraksi budayanya dengan pertunjukan tari *tortor* (tari yang dilakukan sebagai cara penyampaian batin, baik kepada roh-roh leluhur dan maupun kepada orang yang dihormati dan disampaikan dalam bentuk tarian untuk menunjukkan rasa hormat) dan pertunjukan alat musik khas batak yaitu *taganing*. *Taganing* adalah drum set melodis yang terdiri dari lima buah gendang yang digantungkan dalam sebuah rak. Wujudnya hamper serupa dengan *gordang*, hanya ukurannya berjenis-jenis. Yang sangat mulia adalah gendang sangat kanan, dan semakin ke kiri ukurannya semakin kecil.

2. Activities (Aktivitas)

Aktivitas kegiatan berwisata seperti adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain, pondok-pondok sebagai tempat menikmati keindahan alam, dan tangga-tangga untuk naik ke puncak Tarabunga untuk melihat pemandangan alam dari puncak bukit Tarabunga sudah bagus. Namun masih perlu dikembangkan, seperti adanya toilet di atas puncak Tarabunga, kios-kios kecil penjual makanan ringan dan minuman di puncak Tarabunga, dan pembangunan fasilitas menarik lain di puncak tarabunga contohnya tempat berswafoto. Di mana rencana penambahan pembangunan-pembangunan di puncak Tarabunga sedang dalam proses pengerjaan.

3. Accessibility (Aksesibilitas)

Aksesibilitas menuju ke Desa Tarabunga ini memang belum begitu bagus karena jalan menuju kesana masih berupa batu-batu besar dan kasar. Apalagi jika menuju pantai, yang jalannya terjal menurun ke bawah dan juga berupa bebatuan besar dan kasar. Harapan dari

beliau memang agar kedepannya jalan menuju ke Desa Tarabunga dapat lebih bagus dengan menggunakan jalan aspal hotmix.

4. Amenities (Amenitas)

Amenitas yang berupa seperti restoran yang representatif serta berbagai macam layanan perbankan belum ada di Desa Tarabunga. Namun dalam waktu dekat pembangunan tempat makan yang representatif akan direncanakan untuk dibangun, karena merupakan salah satu cara untuk lebih banyak menarik kunjungan wisatawan. Yang saat ini masih tersedia adalah kantin dan kios-kios kecil untuk sekedar menjual makanan ringan dan minuman ringan. Pasti akan ada rencana untuk membuat tempat makan yang representatif ini di Desa Tarabunga dengan tetap menjaga ciri khas dari makanan suku batak yang pastinya halal.

5. Available Package (Paket wisata yang tersedia)

Paket-paket wisata untuk wisatawan belum ada di Desa Tarabunga. Namun dalam waktu dekat pihak aparat desa dan pokdarwis desa akan mendiskusikan dan merencanakan hal tersebut, karena merupakan salah satu cara untuk lebih banyak menarik kunjungan wisatawan.

6. Ancillary Service (Pelayanan tambahan)

Pelayanan tambahan untuk mendukung pariwisata di Desa Tarabunga ini telah dilakukan. Ditambah dengan telah dilakukannya pendidikan dan pelatihan untuk masyarakat-masyarakat desa agar masyarakat desa menjadi mengerti bagaimana caranya untuk melakukan pelayanan tambahan untuk menyenangkan wisatawan yang datang berkunjung. Dan juga masyarakat Desa Tarabunga perlu dikembangkan lagi pemikirannya untuk melakukan pelayanan tambahan yang mendukung kegiatan pariwisata. Dengan bertambahnya pengetahuan mereka tentang pariwisata, maka mereka lebih mudah untuk melakukan *ancillary service* kepada wisatawan yang datang berkunjung.

7. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*)

a) Faktor Internal (*Strength, Weakness*)

Dalam analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), faktor internal merujuk pada elemen-elemen yang berada di dalam organisasi atau proyek yang sedang dianalisis dan yang dapat dikendalikan secara langsung oleh organisasi tersebut. Indikator internal ini terdiri dari kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*). Rumusan strategi yang berbasis pada faktor internal bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Kekuatan pada Desa Wisata Tarabunga adalah Atraksi alam di Desa Tarabunga sangat baik dengan adanya pemandangan indah dari bukit Tarabunga dan pantai Tarabunga. Begitu juga dengan atraksi budayanya dengan pertunjukan tari *tortor* (tari yang dilakukan sebagai

cara penyampaian batin, baik kepada roh-roh leluhur dan maupun kepada orang yang dihormati dan disampaikan dalam bentuk tarian untuk menunjukkan rasa hormat) serta pertunjukan alat musik khas batak yaitu *taganing*.

Begitu juga dengan adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain, pondok-pondok sebagai tempat menikmati keindahan alam, dan tangga-tangga untuk naik ke puncak Tarabunga untuk melihat pemandangan alam dari puncak bukit Tarabunga sudah bagus. Adanya beberapa tempat/spot untuk wisatawan dapat melakukan swafoto juga merupakan faktor kekuatan Desa Wisata Tarabunga.

Sedangkan kelemahan pada Desa Wisata Tarabunga salah satunya adalah aksesibilitas yang belum memadai dikarenakan jalannya masih berupa batu-batu besar dan kasar. Apalagi jika menuju pantai, yang jalannya terjal menurun ke bawah dan juga berupa bebatuan besar dan kasar. Belum tersedianya restoran yang representatif serta berbagai macam layanan perbankan juga merupakan kelemahan Desa Wisata Tarabunga. Apalagi di Desa Wisata Tarabunga masih melakukan pertukaran mata uang dan bertransaksi secara *cash*, padahal pada era globalisasi saat ini umumnya manusia sudah banyak yang hidup dengan *cashless*. Begitu juga dengan paket-paket wisata yang juga belum dapat kita lihat dilakukan oleh masyarakat Desa Wisata Tarabunga melalui pokdarwis yang mengelola seluruh kegiatan pariwisata yang ada di Desa Wisata Tarabunga.

b) Faktor Eksternal (*Opportunities, Threats*)

Faktor eksternal mencakup elemen-elemen dari lingkungan luar yang mempengaruhi organisasi tetapi tidak dapat dikendalikan langsung oleh organisasi tersebut. Faktor eksternal dibagi menjadi dua kategori: Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*). Rumusan strategi yang berbasis pada faktor eksternal bertujuan untuk memanfaatkan peluang serta meminimalisasi bahkan menyelesaikan kelemahan yang ada.

Faktor eksternal yaitu peluang yang bisa dilakukan dengan cara pemanfaatan potensi-potensi wisata yang belum dilakukan oleh Desa Wisata Tarabunga. Potensi-potensi wisata tersebut antara lain:

- 1) Mengembangkan *storytelling* tentang Desa Wisata Tarabunga. Desa Tarabunga memiliki 3 situs sejarah yang ada akan tetapi belum dimaksimalkan sebagai daya tarik wisata. Situs-situs sejarah itu adalah pilar belanda yang berada di puncak bukit Tarabunga, *bottean* yang memiliki arti pelabuhan yang berada di pantai Desa Tarabunga, dan yang terakhir *mual ni Sisingamangaraja*, yaitu mata air yang ada di Desa Tarabunga yang konon katanya dibuat oleh pahlawan Indonesia yang berasal dari Suku Batak yaitu Raja Sisingamangaraja 12.

- 2) Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan yang merupakan penanaman padi, dan juga pemandangan indah pertanian perkebunan yang dimana merupakan penanaman buah jeruk dan buah alpukat.
- 3) Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan parwisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga agar masyarakat desa dapat menjadi insan pariwisata yang sadar wisata.
- 4) Kepala desa serta pemerintah daerah dengan melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba memberikan dukungan penuh terhadap pengembangan dan kemajuan pariwisata yang ada di Desa Wisata Tarabunga.

Berbeda dengan potensi, ada juga terdapat beberapa ancaman (*threats*) yang harus dijaga untuk meningkatkan perkembangan serta potensi wisata Desa Wisata Tarabunga. Pengaruh pokdarwis yang sangat besar terhadap Desa Wisata Tarabunga bisa menjadi pisau bermata dua jika pokdarwis Desa Wisata Tarabunga tidak berjalan dan dikelola dengan baik. Masyarakat Desa Wisata Tarabunga tidak dapat berdiri secara mandiri dalam mengelola potensi wisata mereka jika tidak dikontrol dengan baik oleh pokdarwis. Lokasi Desa Wisata Tarabunga yang terletak di Kecamatan Tampahan pada Kabupaten Toba berdekatan dengan banyak desa-desa wisata lain seperti Desa Wisata Meat, Desa Wisata Lintong Ni Huta, Lumban Silintong, dan lain-lain yang merupakan desa wisata sejenis akan mempersulit perkembangan potensi wisata Desa Wisata Tarabunga jika tidak benar-benar dikelola dan dijaga dengan baik.

Begitu juga karena adanya banyak wisata modern yang berada di lingkaran Desa Wisata Tarabunga. Dekatnya jarak antara Desa Wisata Tarabunga dengan Kota Wisata Balige yang sudah modern terkadang membuat wisatawan lokal maupun mancanegara enggan meninggalkan kota dan pergi ke pedesaan dikarenakan tidak adanya promosi yang baik, brosur-brosur ataupun pemberitahuan kepada wisatawan yang ada dikota betapa mereka tidak akan menyesal untuk mengunjungi Desa Wisata Tarabunga.

Tabel 1. Analisis SWOT

Internal	Eksternal
Kekuatan (Strength-S)	Peluang (Opportunities-O)
Pemandangan Desa Tarabunga sangat baik dengan adanya pemandangan indah dari bukit Tarabunga dan pantai Tarabunga. Atraksi budaya melalui tarian dan permainan alat musik. Adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain. Pondok-pondok sebagai tempat menikmati keindahan alam.	Mengembangkan <i>storytelling</i> tentang Desa Wisata Tarabunga. Mengembangkan 3 situs sejarah yang ada pada Desa Wisata Tarabunga. Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan. Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan parwisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga.

Adanya tangga-tangga untuk naik ke puncak Tarabunga untuk melihat pemandangan alam dari puncak bukit Tarabunga. Adanya beberapa tempat/spot untuk wisatawan dapat melakukan swafoto.	Kepala desa serta pemerintah daerah dengan melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba memberikan dukungan penuh terhadap pengembangan dan kemajuan pariwisata yang ada di Desa Wisata Tarabunga.
Kelemahan (Weakness-W)	Ancaman (Threats-T)
Aksesibilitas yang belum memadai karena jalannya masih berupa bebatuan besar dan kasar. Belum tersedianya restoran yang representatif. Belum tersedianya berbagai macam layanan perbankan umum. Tidak tersedianya transaksi secara <i>cashless</i> . Belum adanya paket wisata yang tersedia.	Lokasi Desa Wisata Tarabunga yang terletak di Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba berdekatan dengan banyak desa-desa wisata lain yang sejenis. Belum ada kemandirian masyarakat Desa Wisata Tarabunga dalam mengelola potensi wisatanya jika tidak dikontrol oleh pokdarwis. Adanya wisata modern yang masih berada di sekitaran Desa Wisata Tarabunga.

Sumber: Peneliti (2024)

Tabel 2. Matriks IFAS dan EFAS

IFAS (Internal Strategic Factors Summary) Analisis Faktor Strategi Internal	Kekuatan (Strength – S)	Kelemahan (Weakness – W)
EFAS (Eksternal Strategic Factors Summary) Analisis Faktor Strategi Internal	Pemandangan Desa Tarabunga sangat baik dengan adanya pemandangan indah dari bukit Tarabunga dan pantai Tarabunga. Atraksi budaya melalui tarian dan permainan alat musik. Adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain. Pondok-pondok sebagai tempat menikmati keindahan alam. Adanya tangga-tangga untuk naik ke puncak Tarabunga untuk melihat pemandangan alam dari puncak bukit Tarabunga. Adanya beberapa tempat/spot untuk wisatawan dapat melakukan swafoto.	Aksesibilitas yang belum begitu bagus karena jalannya masih berupa bebatuan besar dan kasar. Belum tersedianya tempat makan yang representatif. Belum tersedianya Mesin ATM, Money Changer dan lain-lain. Tidak tersedianya transaksi secara <i>cashless</i> . Belum adanya paket wisata yang tersedia.
Peluang (Opportunities – O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Mengembangkan <i>storytelling</i> tentang Desa Wisata Tarabunga. Mengembangkan 3 situs sejarah yang ada pada Desa Wisata Tarabunga. Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan. Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan pariwisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga. Kepala desa serta pemerintah daerah dengan melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba memberikan dukungan penuh terhadap pengembangan dan kemajuan pariwisata yang ada di Desa Wisata Tarabunga.	Mengembangkan <i>storytelling</i> tentang Desa Wisata Tarabunga dilengkapi dengan atraksi budaya lokal yang ada. Mengembangkan 3 situs sejarah yang ada pada Desa Wisata Tarabunga dengan <i>support</i> pemerintah daerah setempat. Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan dengan <i>support</i> pemerintah daerah setempat. Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan pariwisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga dengan <i>support</i> pemerintah daerah setempat.	Adanya pendidikan dan pelatihan akan pariwisata dan sadar wisata kepada masyarakat-masyarakat setempat yang masih berumur muda agar dapat menjaga dan mengembangkan pariwisata Desa Wisata Tarabunga. Adanya pewarisan akan budaya setempat kepada masyarakat-masyarakat yang masih berusia muda, agar budaya tetap lestari dan tidak luntur. Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata yang akan dibangun oleh pemerintah daerah setempat.

Ancaman (Threats – T)	Strategi S-T	Strategi W-T
Lokasi Desa Wisata Tarabunga yang terletak di Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba berdekatan dengan banyak desa-desa wisata lain yang sejenis. Belum ada kemandirian masyarakat Desa Wisata Tarabunga dalam mengelola potensi wisatanya jika tidak dikontrol oleh pokdarwis. Adanya wisata modern yang masih berada di sekitaran Desa Wisata Tarabunga.	Meningkatkan promosi akan Desa Wisata Tarabunga dengan mengangkat fasilitas-fasilitas wisata terbaik yang ada di Desa Wisata Tarabunga. Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan parwisata dan sadar wisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga dengan bantuan dan dukungan pemerintah daerah setempat.	Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan aksesibilitas yang akan dibangun oleh pemerintah daerah setempat. Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan amenitas pendukung pariwisata yang akan dibangun oleh pemerintah daerah setempat. Mempromosikan Desa Wisata Tarabunga dengan cara menyebarkan brosur-brosur yang telah dikerjakan dengan baik di Kota Balige melalui hotel ataupun tempat wisata yang ada disana.

Sumber: Peneliti (2024)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berguna untuk mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan potensi wisata Desa Tarabunga Kabupaten Toba sebagai salah satu desa wisata. Dari analisis SWOT yang dilakukan, didapatkan sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat dijadikan dasar untuk merumuskan strategi pengembangan potensi desa wisata ini.

1. Kekuatan (Strength – S)

- a) Pemandangan Indah dari bukit dan pantai Desa Wisata Tarabunga.
- b) Atraksi budaya melalui tarian dan permainan alat musik.
- c) Adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain.
- d) Adanya lapangan yang luas sebagai tempat bermain.
- e) Tersedianya Pondok-pondok sebagai tempat menikmati keindahan alam.
- f) Adanya beberapa tempat/spot untuk wisatawan dapat melakukan swafoto.
- g) Adanya tangga-tangga untuk naik ke puncak Tarabunga.

2. Kelemahan (Weakness – W)

- a) Aksesibilitas yang belum begitu bagus.
- b) Belum tersedianya restoran yang refresentatif.
- c) Belum tersedianya layanan perbankan umum seperti mesin ATM, serta *money changer*.
- d) Tidak tersedianya transaksi secara *cashless*.
- e) Belum adanya paket wisata yang tersedia.

3. Peluang (Opportunities – O)

- a) Mengembangkan *storytelling* yang ada.
- b) Mengembangkan 3 situs sejarah yang ada.
- c) Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan.
- d) Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan pariwisata.
- e) Adanya dukungan dari pemerintah daerah.

4. Ancaman (Threats – T)

- a) Lokasi yang berdekatan dengan desa wisata sejenis.
- b) Adanya wisata modern disekitar.
- c) Belum ada sadar wisata dari masyarakat setempat.

5. Strategi SO (Strength – Opportunities)

- a) Mengembangkan *storytelling* tentang Desa Wisata Tarabunga dilengkapi dengan atraksi budaya lokal yang ada.
- b) Mengembangkan 3 situs sejarah yang ada pada Desa Wisata Tarabunga dengan *support* pemerintah daerah setempat.
- c) Mengembangkan dan mengelola pemandangan indah pertanian persawahan dengan *support* pemerintah daerah setempat.
- d) Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan pariwisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga dengan *support* pemerintah daerah setempat.

6. Strategi ST (Strength – Threats)

- a) Meningkatkan promosi akan Desa Wisata Tarabunga dengan mengangkat fasilitas-fasilitas wisata terbaik yang ada di Desa Wisata Tarabunga.
- b) Mengembangkan dan terus dilakukannya pelatihan-pelatihan pariwisata dan sadar wisata kepada setiap masyarakat Desa Wisata Tarabunga dengan bantuan dan dukungan pemerintah daerah setempat.

7. Strategi WO (Weakness – Opportunities)

- a) Adanya pendidikan dan pelatihan akan pariwisata dan sadar wisata kepada masyarakat-masyarakat setempat yang masih berumur muda agar dapat menjaga dan mengembangkan pariwisata Desa Wisata Tarabunga.
- b) Adanya pewarisan akan budaya setempat kepada masyarakat-masyarakat yang masih berusia muda, agar budaya tetap lestari dan tidak luntur.
- c) Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata yang segera dibangun oleh pihak pemerintahan yang berwenang.

8. Strategi WT (Weakness – Threats)

- a) Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan aksesibilitas yang akan dibangun oleh pihak pemerintahan yang berwenang.
- b) Menjaga dan meningkatkan kelancaran pembangunan amenitas pendukung pariwisata yang akan dibangun oleh pihak pemerintahan yang berwenang.
- c) Mempromosikan Desa Wisata Tarabunga dengan cara menyebarkan brosur-brosur yang telah dikerjakan

DAFTAR REFERENSI

- Albab, U., Rochim, A. I., & Murti, I. (2024). Strategi pengembangan pariwisata dengan menggunakan metode analisis SWOT: Kawasan Pecinan Kota Surabaya. *Panorama*, 1(1). <https://doi.org/10.34833/panorama.v1i1.1395>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Journal of Tourism Management*, 97–116.
- Hanif Hasan, S. M., Par, M. M., Anwar, H. M., Lubis, D. S. W., Kharismasyah, A. Y., Sabaruddin Sondeng, S. E., & Zuki Kurniawan, S. E. (2024). Manajemen sumber daya manusia dan organisasi. *Cendikia Mulia Mandiri*.
- HM, M. H., Hasan, H., & Lesnussa, Y. R. A. (2023). LAC (Limit of Acceptable Change) di Kawasan Wisata Mandalika. *Media Bina Ilmiah*, 17(8), 1811–1820. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>
- Karo, P. K., & Hasan, H. (2023). Analisis kapasitas layanan destinasi wisata untuk mencapai target pasar sektor pariwisata di Kota Sabang. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 11(2), 83–91.
- Mardalis. (2008). *Metodologi penelitian: Suatu pendekatan proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mondal, M. S. H. (2017). SWOT analysis and strategies to develop sustainable tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*, 8(2), 159–167.
- Nasution, S. (2003). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Reihanian, A., Mahmood, N. Z. B., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4, 223–228.
- Solehudin, M. M., Hanif Hasan, S. M., Par, M. M., Budi Santosa, S. P., Utama, F. Y., Rahayu, I. A. T., & ST, M. P. (2024). *Dasar kewirausahaan*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Mokodongan, A., Par, M. M., & Bantulu, L. (2024). *Pengantar pariwisata*. Cendikia Mulia Mandiri.

Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tiara Millenia Loziska, T. M., Zahra, S. A., & Atharikusuma, D. (2024). Pengembangan agroeduwisata di Desa Pagarawan, Kabupaten Bangka berdasarkan partisipasi masyarakat. *Arsir*, 8(1), 51–63. <https://doi.org/10.32502/arsir.v8i1.106>

Wisnawa, I. M. B., Subadra, I. N., Kartimin, I. W., Aristana, I. N., Arsawan, I. W., & Hartini, N. M. (2023). Analyzing tourism brand loyalty and e-marketing development in Bali, Indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 3(4), 314–331. <https://doi.org/10.58429/qaj.v3n4a190>

Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). Arahkan konsep dan strategi pengembangan kawasan. *Jurnal Wisata Kota Semarang*, 2(4), 263–272.