

Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Desa Wisata Meat Kabupaten Toba Sumatera Utara

**Asmara Wildani Pasaribu¹⁾
Nora Anisa Br. Sinulingga,^{2*}**

1) Prodi Pengelolaan Konvensi Dan Acara, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, Indonesia

2) Prodi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, Indonesia

*Correspondin Email: asmarawildani@wbi.ac.id

Ringkasan – Penelitian ini merupakan penelitian dalam bidang pariwisata yang bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan wisata desa Meat berdasarkan daya tarik wisata dengan menggunakan analisis SWOT. Desa Meat merupakan desa yang terletak di Kabupaten Toba, Propinsi Sumatera Utara dan telah dinobatkan menjadi desa wisata oleh pemerintah sejak tahun 2017. Namun, dalam pengembangannya desa ini masih sangat mengandalkan event budaya yaitu festival Danau Toba sebagai pemasukan dalam hal pariwisata. Sementara desa memiliki potensi daya tarik alam yang sangat kuat. Penelitian ini bersifat kualitatif, dimana data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam kepada stakeholder dengan menggunakan purposive sampling dalam memilih informan. Hasil penelitian dengan analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata terletak pada Kuadran I yaitu strategi agresif dan Kuadran II yaitu strategi diversifikasi.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Desa Wisata, SWOT

PENDAHULUAN

Pariwisata, sebagai sebuah fenomena global mengalami mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya di masa lalu beberapa dekade, muncul sebagai salah satu yang memiliki banyak sektor penting dan transformatif di dunia ekonomi. Dampaknya, baik positif maupun negatif, telah dipelajari secara luas di berbagai bidang dimensi, dengan fokus khusus pada dampak sosio-ekonomi terhadap masyarakat lokal. Hal ini memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana pariwisata mempengaruhi komunitas tersebut dari segi sosial ekonomi perspektif. Pariwisata mempunyai potensi untuk merangsang perekonomian pembangunan, meningkatkan infrastruktur, dan menciptakan peluang kerja di

seluruh destinasi dunia. Namun, manfaat ini sering kali dating ada harganya, karena pariwisata juga dapat membebani sumber daya lokal, mengganggu penghidupan tradisional, dan memperburuknya kesenjangan pendapatan. Karena itu, rumit hubungan antara pariwisata dan lokal komunitas telah menjadi subjek yang luas dalam penelitian ilmiah. Pentingnya topik ini ditegaskan oleh fakta pada tahun 2019, kedatangan wisatawan mancanegara mencapai 1,5 miliar, menurut Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO). Apalagi pariwisata berkontribusi terhadap sekitar 10,4% dari PDB global dan mempekerjakan lebih dari 330 orang juta orang, menjadikannya kekuatan ekonomi yang vital. Konsekuensinya, memahami bagaimana pariwisata, berinteraksi dengan komunitas lokal sangatlah penting, pembangunan berkelanjutan, serta pelestarian warisan budaya dan memanfaatkan sumber daya lingkungan.

Desa Meat terletak terletak di semenanjung Danau Toba dan menawarkan pengunjug dengan keindahan alam dan keelokan Danau Toba dari ketinggian. Berbagai kendala banyak terjadi saat mengembangkan sebuah desa menjadi desa wisata, hal ini juga terjadi di desa Meat. Hal yang paling sering terjadi dalam pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata adalah peran kearifan lokal desa setempat dalam mendukung keberlanjutan budaya dan lingkungan (Sugiarto & Mahagangga, 2020). Keberlanjutan budaya merupakan gagasan untuk melindungi dan melestarikan budaya yang ada saat ini. Ini bertujuan agar generasi yang masa mendatang dapat menikmati pengalaman budaya dan tradisi yang sama yang berlaku saat ini. Berbicara pada tataran keberlanjutan, ini dimaksudkan sebagai pemanfaatan sumber daya budaya dan sumber daya alam sebagai daya tarik dari wisata desa, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi pelestarian dan tumbuh berkembangnya budaya dan untuk peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Selain kendala peran kearifan lokal, program pemerintah dalam pengembangan desa wisata juga belum berjalan dengan baik di desa, karena terbangunnya pemahaman yang salah di masyarakat desa mengenai konsep strategi pengembangan desa wisata. Berdasarkan kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata Meat, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis kekuatan, kelemahan,

peluang dan tantangan yang dimiliki desa Meat berdasarkan daya tarik wisata yang dimiliki, mengidentifikasi kriteria penting dalam pengembangan desa wisata Meat, dan merumuskan strategi pengembangan desa wisata Meat selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan mengumpulkan data primer melalui observasi, pertanyaan mendalam dan studi dokumen. Penggunaan studi dokumen bertujuan untuk menemukan teori, konsep dan hasil-hasil penelitian yang relevan untuk analisis permasalahannya. Data yang diperoleh kemudian akan dianalisis secara SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan. Desa Meat merupakan destinasi wisata prioritas yang berada di kawasan Danau Toba. Desa ini memiliki lanskap berupa pemandangan persawahan dan danau. Petani sawah menjadi profesi mayoritas masyarakat Desa Meat. Selain memiliki panorama yang menarik, desa ini memiliki atraksi wisata berupa pengrajin tenun ulos dan Festival Seribu Tenda yang merupakan event tahunan di Desa Meat. Penelitian ini akan menganalisis tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan pariwisata Desa Meat sehingga responden pada penelitian ini terdiri dari beberapa stakeholders seperti petani, pemerintah setempat, pengelola wisata, masyarakat setempat, tokoh masyarakat dan wisatawan. Total responden sebanyak 50 orang yang terdiri dari 10 petani, 5 pengelola wisata, 10 masyarakat setempat, 3 pemerintah setempat, 2 tokoh masyarakat, dan 20 wisatawan. Setiap responden memperoleh pertanyaan yang berbeda untuk setiap aspek keberlanjutan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan SWOT dan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) selanjutnya kombinasi keduanya. Analisis SWOT diperlukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di desa Meat terkait dengan daya Tarik wisatanya. Analisis HP dipergunakan untuk mengidentifikasi kriteria penting dalam pengenalan desa wisata Meat; serta kombinasi SWOT dan AHP dipergunakan untuk merumuskan prioritas strategi pada pengembangan desa Meat.

KAJIAN TEORI

Desa Wisata

Untuk mewujudkan keunggulan kompetitif maka salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengembangkan desa wisata. Penelitian (Yuliati, Suwandono, 2016) desa wisata merupakan kombinasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang menyatu dengan pola hidup suatu masyarakat yaitu tata cara dan tradisinya sehingga menjadikan desa tersebut menjadi tujuan wisata.

Desa wisata merupakan bentuk industri wisata yang berupa kegiatan perjalanan wisatawan sehingga mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menggunakan produk dari desa wisata tersebut. Suatu desa dapat dikatakan desa wisata karena desa tersebut mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan, sebuah tradisi, dan kebudayaan yang menjadi ciri khas, aksesibilitas dan sarana prasarana yang mendukung program desa wisata, keamanan yang terjamin, terjaganya ketertiban, dan kebersihan. Dasar dalam pengembangan desa wisata ialah pemahaman tentang karakter dan kemampuan elemen yang ada dalam desa, seperti: kondisi lingkungan dan alam, sosial budaya, ekonomi masyarakat, struktur tata letak, aspek historis, budaya masyarakat dan bangunan, termasuk *indigeneus knowledge* (pengetahuan dan 16 kemampuan lokal) yang dimiliki masyarakat (Karangasem, dalam Yusuf A. Hilman Dkk 2018). Selain memiliki keunikan, syaratu Kawasan desa wisata seharusnya memiliki berbagai fasilitas pendukung untuk menunjang kegiatan wisata yang ditempuh. Fasilitas yang ada akan memudahkan pengunjung atau wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata.

Maka pengembangan desa wisata selanjutnya perlu mendapat fokus untuk menghasilkan panduan komprehensif. Mengutip pernyataan Hadiwijoyo (2012), desa wisata memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Aksesibilitas baik
2. Objek wisata menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
3. Masyarakat dan aparat desa memberikan dukungan penuh terhadap wisatawan yang berkunjung

4. Keamanan wisatawan terjamin
5. Fasilitas seperti akomodasi, telekomunikasi dan tenaga kerja yang memadai
6. Memiliki iklim yang sejuk

Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata merupakan suatu alasan wisatawan berkunjung ke suatu tempat. Penelitian Marhendi (2005) menyatakan bahwa keberadaan daya tarik wisata di tempat wisata destinasi mampu mempengaruhi minat kunjungan wisatawan karena adanya unsur wisatawan. Daya tarik meliputi orisinalitas, keragaman, kelangkaan (scarcity) dan kebutuhan atraksi wisatawan. Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, bahwa daya Tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai dalam bentuk keanekaragaman sumber daya alam, budaya, dan buatan yang menjadi sasaran atau dikunjungi turis. Dengan demikian, objek wisata yang belum atau belum dikembangkan menjadi salah satu penyebabnya potensi sumber daya untuk dikembangkan secara optimal sesuai peruntukannya. Selanjutnya (Yoeti O. A., 2008) ada empat kelompok atraksi wisata yang menarik wisatawan untuk datang ke destinasi wisata, antara lain:

1. Daya Tarik Alam, contoh: pemandangan laut, pantai, danau, air terjun, kebun raya, agrowisata, gunung berapi, termasuk flora dan fauna.
2. Membangun Atraksi, contoh; bangunan dengan arsitek yang menarik, kuno dan modern
3. Daya Tarik Budaya, contoh : peninggalan sejarah, cerita rakyat, kesenian tradisional, museum, upacara keagamaan, festival seni dan sejenisnya.
4. Daya Tarik Sosial, meliputi cara hidup suatu masyarakat, ragam bahasa, upacara perkawinan, potong gigi, khitanan atau mandi, dan kegiatan sosial.

Strategi Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata perlu memperhatikan 3 hal berikut:

1. Menciptakan susasana iklim yang berpotensi membuat masyarakat berkembang
2. Memperkuat potensi dan daya tarik yang dimiliki

3. Melindungi masyarakat (persaingan yang sehat).

Salah satu strategi yang perlu dilakukan yaitu meningkatkan kegiatan atau usaha-usaha yang berbasis komunitas. Hal ini dapat memicu meningkatkan kesejahteraan berbasis pada swadaya serta kekuatan ekonomi serta membantu proses peningkatan kualitas sumber daya manusia. Penelitian (Syah, 2015) menyebutkan bahwa salah satu strategi dalam pengembangan desa wisata yaitu dengan mengusung konsep Bhinneka Tunggal Ika yang mencerminkan keberagaman kebudayaan, tradisi, daya Tarik keindahan alam sebagai identitas kemudian menjadi satu konsentrasi destinasi wisata tanpa adanya persaingan dalam merebut wisatawan. Untuk itu setiap desa dapat memaksimalkan destinasi wisata yang ada di Indonesia. Namun, memutuskan konsep desa wisata dapat dimulai dari tingkat RT hingga kepala desa dengan tetap menerima masukan dan pandangan camat serta walikota/bupati setempat, dilanjutkan dengan pembinaan masyarakat yang diharapkan ekonomi desa juga ikut maju.

Analisis SWOT

Namugenyi, et.al (2019) menyatakan bahwa analisis SWOT adalah startegi klasik yang berisi instrument perencanaan dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai kerangkanya. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada kondisi saat ini.

Adapun 4 komponen analisis SWOT yaitu:

1. *Strength*-kekuatan, yaitu keadaan internal kekuatan organisasi. Kekuatan dipergunakan untu menghadapi persaingan
2. *Weakness*-kelemahan, yaitu kelemahan internal yang dimiliki oleh organisasi. Kelemahan ini dapat menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi
3. *Opportunity*-kesempatan, yaitu menjelaskan kondisi di luar organisasi yang dapat memberikan peluang untuk pengembangan organisasi selanjutnya

4. *Thread*-ancaman, yaitu menggambarkan tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh organisasi.

Matrix dari ke-empat komponen ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategi: (1) Strategi S-O (Strength-Opportunities) menunjukkan penggunaan kekuatan untuk meraih peluang yang ada; (2) S-T (Strenghts-Threats) merupakan strategi dalam penggunaannya kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman; (3) Strategi W-O (Kelemahan-Peluang) apakah strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada oleh meminimalkan kelemahan yang ada; dan (4) Strategi W-T (Kelemahan-Ancaman) adalah ini strategi berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan yang ada kelemahan dan menghindari ancaman.

Penelitian Terdahulu

Penelitian (Sosial et al., 2018) menyatakan bahwa hasil analisis SWOT yang digunakan bahwa tujuan strategi pengembangan di desa wisata Lebak Muncang dengan membuat paket wisata yang lebih beragam dengan mempertahankan paket wisata yang baru dan memanfaatkan potensi seperti menjaga kelestarian alam, menambah fasilitas, memperbaiki infrastruktur, bermitra dengan biro perjalanan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian yang lain yaitu (Suwarjo, 2020) pengembangan desa wisata Pulesari berdasarkan analisis SWOT memberikan arah strategi yang tepat dengan meliputi strategi kompetitif, strategi diversifikasi, strategi overview dan strategi defensive.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Wisata Meat

Desa wisata Meat merupakan salah satu dari 16 geosite di kawasan kaldera Toba. Desa ini terletak di ketinggian 919 meter di atas permukaan laut (mdpl) dan luas desa kurang lebih 300 hektare. Jumlah penduduk desa ini sebanyak 752 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 223 KK. Bidang kerja sector parawisata yang baru di Meat yaitu event tahunan 1000 tenda.

Acara ini merupakan salah satu festival berbasis masyarakat desa, dengan tujuan mengembangkan potensi wisata di daerah tersebut melalui pendekatan seni dan budaya. Dalam pengelolaan event 1000 tenda ini Meat memiliki Pokdarwis (Kelompok sadar Wisata) Martabe sebagai pengelolanya Bersama dengan masyarakat setempat. Walaupun peran dari masyarakat setempat belumlah maksimal dikarena koordinasi yang masih minim dari pihak pengelola. Untuk mengatur pertemuan atau rapat, Pokdarwis Martabe sepakat untuk melaksanakannya setiap tiga bulan, dengan pengecualian jika ada hal penting yang memerlukan pertemuan lebih sering. Pertemuan tersebut menjadi wadah untuk membahas berbagai isu dan tanggung jawab anggota dalam mengembangkan potensi wisata di lingkungan mereka. Pokdarwis Martabe memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan pariwisata lokal dan merawat serta mempromosikan aset wisata di sekitar Desa Meat (Pardede et al., 2023).

Tabel 1. Struktur Organisasi Pokdarwis Martabe

No	Nama	Jabatan
1	Janri Simanjuntak	Penasehat (Kepala Desa)
2	Donald Siahaan	Ketua
3	Martahan Tampubolon	Wakil ketua
4	Desi P Simanjuntak	Sekretaris
5	Ervindo Siahaan	Bendahara
6	Matias Simanjuntak	Seksi Pengembangan Usaha
7	Hellen Simanjuntak	Seksi Kebersihan dan Keindahan
8	Masriani Sianturi	Seksi HUMAS
9	Guntur Sianipar	Seksi Daya Tarik dan Kenangan
10	Samson Siahaan	Seksi Keamanan dan Ketertiban

Sumber Tabel Pokdarwis Martabe Meat

Desa Meat merupakan salah satu dari 21 objek wisata di Tobasa yang alamnya memiliki persawahan bertangga dan menghadap langsung ke Danau Toba. Jika memasuki Desa Meat dan memandang ke sebelah kiri, akan terlihat hamparan persawahan yang sangat indah, sedangkan di sebelah kanan pengunjung bisa menikmati keindahan Danau Toba. Di Desa Meat juga masih ada perajin ulos yang hingga saat ini terus dikembangkan, dan ada 4 unit rumah adat Batak yang dibantu oleh Kementerian Pariwisata. Saat ini wisatawan hanya singgah sebentar untuk menikmati pemandangan daya Tarik wisata alam di desa Meat. Namun kedepannya diharapkan dengan menggali potensi daya tarik wisata alam wisatawan dapat mengunjungi dan tinggal lebih lama di desa Meat.

Identifikasi Faktor-faktor SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan desa wisata Meat berdasarkan daya tarik wisata alam dan budaya, faktor-faktor yang menjadi kekuatan adalah: (i) keindahan alam yang asli (ii) memiliki budaya yang masih terjaga hingga saat ini, (iii) kekayaan sumber daya alam, (iv) pertanian sawah yang luas, (v) infrastruktur dasar cukup, (vi) pemberdayaan wanita dalam pembuatan ulos, (vii) memiliki pokdarwis, and (ix) dukungan pemerintah cukup karena merupakan daerah super prioritas. Faktor-faktor yang menjadi Kelemahan adalah (i) sumber daya manusia terbatas, (ii) daya tarik wisata belum dimaksimalkan dengan baik, (iii) bergantung pada event 1000 tenda, (iv) koordinasi terkait pariwisata tidak berjalan dengan baik. Pada lingkungan eksternal, faktor-faktor yang menjadi peluang adalah (i) pengunjung menyukai keindahan alam, (ii) peluang kemitraan dengan pihak lain ada, (iii) potensi peningkatan agrowisata ada, (iv) adanya permintaan wisata “*live like local*”, (v) banyak event di seputaran Danau Toba yang didukung oleh Pemerintah. Faktor-faktor yang menjadi ancaman adalah (i) iklim yang tidak menentu, (ii) banyak desa wisata yang belum menggunakan pemasaran digital untuk produk wisatanya, (iii) masuknya investor asing.

Hasil analisis SWOT pada tabel 2 terlihat bahwa desa Meat memiliki potensi wisata dengan daya Tarik wisata alamnya, kearifan lokal dimana masih melestarikan budaya Batak, adanya potensi agrowisata dengan pertanian sawah yang cukup baik, juga

pembuatan ulos oleh wanita merupakan potensi pemberdayaan perempuan untuk pengembangan wisata. Potensi wisata pada desa-desa wisata yang terdapat di Meat dapat menjadi salah satu sumber untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat pedesaan, melalui penguatan produk wisata alam dengan dukungan budaya dan kearifan lokal. Selain itu dengan adanya peluang seperti agrowisata dapat dimanfaatkan seiring dengan membuat paket pariwisata yang melibatkan pengalaman wisatawan, maka potensi ini dapat menjadi salah satu penarik bagi wisatawan untuk merasakan pengalaman berwisata yang berbeda di Meat. Peluang untuk bermitra dengan pihak luar juga dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal untuk mencapai tingkat perekonomian yang lebih baik.

Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal (*Strength and Weakness*)

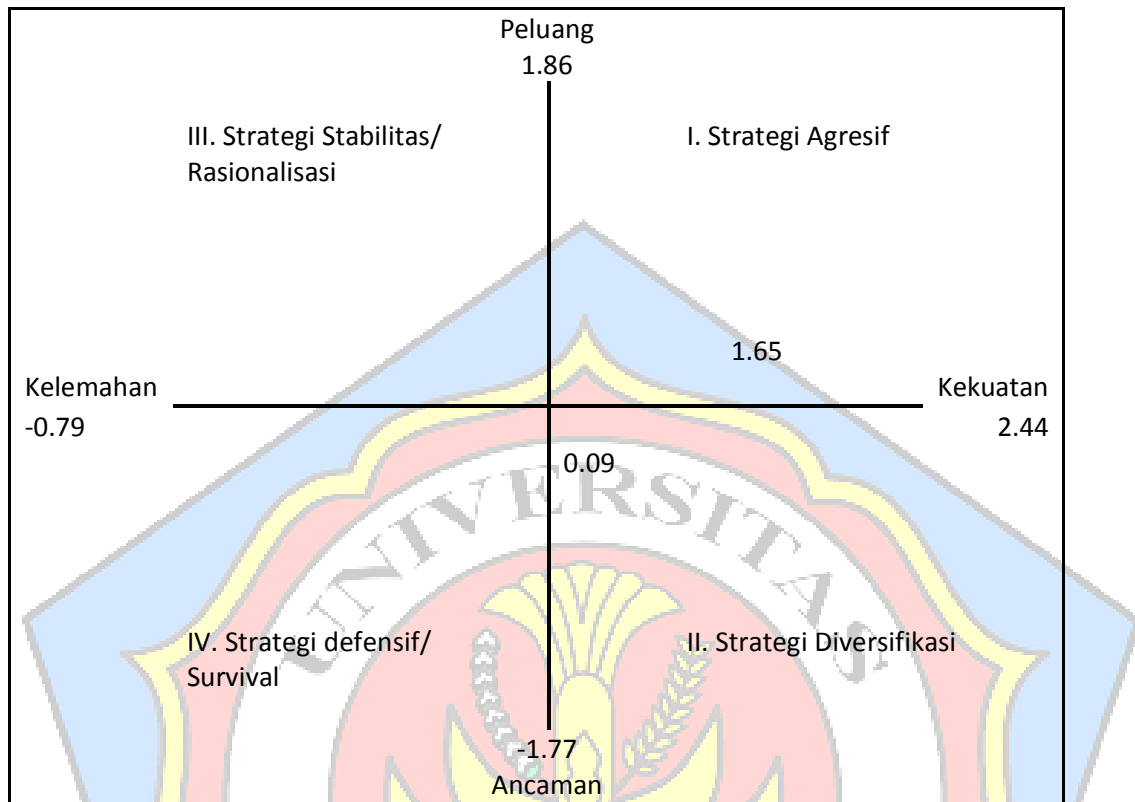
Faktor Strategis		Bobot	Rating	Score
Strength	Keindahan alam	0.09	5	0.45
	Budaya Batak masih kuat dan terjaga	0.09	4	0.36
	Kekayaan sumber daya alam	0.09	5	0.45
	Pertanian/sawah yang luas	0.09	5	0.45
	Infrastruktur dasar cukup	0.03	3.5	0.11
	Pemberdayaan wanita	0.06	4	0.24
	Memiliki Pokdarwis	0.06	4	0.24
	Dukungan dari pemerintah cukup	0.03	4	0.12
				2.44
Weakness	Sumber daya manusia terbatas	0.09	1	0.09
	Daya tarik wisata tidak dimaksimalkan	0.06	2	0.12
	Sangat tergantung dengan event 1000 tenda dalam hal pemasukan pariwisata	0.09	2	0.18
	Pembuatan ulos belum begitu terekspos ke luar	0.06	2	0.12
	Koordinasi terkait wisata tidak berjalan dengan baik	0.09	1	0.09
	Kinerja Pokdarwis belum maksimal	0.06	3	0.18
Total		1		0.79

Faktor Eksternal (<i>Opportunity and Thread</i>)				
	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Score
Opportunity	Pengunjung menyukai keindahan alam	0.17	2	0.34
	Peluang kemitraan	0.11	2	0.23
	Potensi peningkatan agrowisata	0.14	3	0.43
	Permintaan wisata dengan eksperience seperti orang lokal	0.17	5	0.86
				1.86
Thread	Iklm yang tidak menentu	0.11	4	0.46
	Belum menggunakan pemasaran digital	0.17	5	0.86
	Masuknya investor asing	0.11	4	0.46
		1.00		1.77

Sumber tabel diolah Peneliti (2023)



Gambar 1. Diagram Matrix SWOT Desa Meat



Sumber: data diolah Peneliti (2023)

Dari table di atas dapat ditentukan bahwa strategi agresif pada kuadran I dapat dilaksanakan dalam rangka pengembangan desa wisata Meat, lebih tepatnya berada pada titik x 1.65, dan strategi diversifikasi pada kuadran II titik y 0.09. Penelitian merekomendasikan strategi yang diberikan yaitu progresif, dimana organisasi dapat melakukan perluasan pasar dengan memanfaatkan peluang yang ada. Kuadran ini terletak antara peluang eksternal dan internal, strategi yang direkomendasikan yaitu untuk mencapai pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan peluang seperti daya Tarik keindahan alam, permintaan pasar mengenai pengalaman pengunjung yang lebih menarik dan terlibat langsung dalam kebudayaan Meat, memanfaatkan persawahan sebagai agrowisata dan menjalin kemitraan dengan para stakeholder terkait. Sementara pada posisi kuadran II, meskipun organisasi menghadapi ancaman, tetapi desa Meat masih memiliki kekuatan internal. Maka strategi yang direkomendasikan yaitu

dengan cara menggunakan kekuatan dan kelemahan Posisi pada kuadran II meskipun menghadapi berbagai ancaman, desa Meat ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan dan kelemahan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Strategi diversifikasi yang dimaksud yaitu seperti penguatan terhadap sumber daya manusia dan penguatan peran wanita pembuat ulos.

Berikut merupakan analisis SWOT desa Meat:

Tabel 3. Matrix SWOT Desa Meat			
	IFAS	Kekuatan	Kelemahan
EFAS	Strategi SO		Strategi WO
Peluang		<ul style="list-style-type: none"> · Mengadakan event budaya di lokasi wisata sebagai daya tarik wisata tambahan. · Menggunakan semua media promosi yang ada agar dapat menjangkau semua kalangan masyarakat. · Memanfaatkan hamparan sawah menjadi lokasi wisata <i>ecotourism</i> · Memanfaatkan budaya pembuatan ulos menjadi wisata yang lebih menarik dengan menambah pengalaman wisatawan yang berkunjung · Lebih memanfaatkan peran masyarakat sekitar sehingga dapat membantu pengembangan obyek wisata desa Meat. · Membuat komunitas wisata khusus perempuan dalam hal pembuatan ulos dan makanan khas Batak sebagai wisata kuliner. 	<ul style="list-style-type: none"> · Perlunya perhatian lebih untuk sektor kebersihan seperti penambahan petugas kebersihan dan tempat sampah. · Meningkatkan kegiatan promosi yang dari hanya 2 kali dalam sebulan menjadi 4 kali atau lebih. · Perlu adanya penunjuk jalan menuju lokasi wisata sehingga memudahkan pengunjung. · Memperbaiki dan menambah sarana dan prasara seperti toilet umum dan penginapan. · Lebih dipertimbangkannya lagi mengenai harga tiket masuk dan parkir agar bisa lebih murah dan memuaskan pengunjung.
Ancaman		<ul style="list-style-type: none"> · Obyek wisata Meat memiliki daya tarik wisata yang khas yaitu wisata alam dan budaya sehingga cara yang dilakukan hanya terus menjaga dan memperbaiki. · Perlu adanya transportasi umum sehingga lebih memudahkan pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. · Memanfaatkan peran masyarakat sekitar dan pemerintah untuk memenuhi fasilitas penunjang yang ada disekitar obyek wisata desa Meat seperti homestay dan tempat kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> · Memanfaatkan daya tarik wisata budaya yang khas melalui promosi sehingga dapat menarik pengunjung dari lokasi yang jauh. · Menambah sarana dan prasarana di dalam lokasi obyek wisata seperti fasilitas kesehatan dan komunikasi karena di sekitar lokasi belum mendukung

Sumber : diolah Peneliti (2023)

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan maka kesimpulan terhadap strategi pengembangan desa Meat adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal yang mendukung strategi pengembangan kepariwisataan desa Meat yaitu daya Tarik wisata alam, persawahan yang baik, kearifan lokal dalam budaya yang masih terjaga, sarana dan prasarana yang mendukung, event 1000 tenda, serta perlunya peran aktif masyarakat setempat. Faktor internal yang menghambat yaitu kordinasi pengelola wisata dengan penduduk setempat yang belum maksimal, marketing untuk pengrajin ulos yang belum terdigitalisasi.
2. Faktor eksternal yang mendukung pengembangan wisata adalah permintaan wisatawan mengenai pengalaman pengunjung yang lebih menarik dan unik, peluang kemitraan dengan pihak luar, berkembangnya agrowisata saat ini. Sementara factor penghambat yaitu masuknya investor asing, iklim yang saat ini tidak menentu dan kurangnya transportasi umum ke tempat wisata.
3. Strategi pengembangan yang direkomendasikan yaitu strategi progresif dimana desa harus terus melakukan perluasan pasar yang ada dengan memanfaatkan sumber daya manusia desa dan sumber daya alam. Sebagai sebuah produk wisata, desa wisata merupakan upaya pengembangan diversifikasi produk yang dapat dilakukan dengan menciptakan beragam produk wisata yang lebih unik dan memiliki nilai di mata wisatawan. Dalam pengembangannya, diperlukan pendampingan yang lebih intens oleh pemerintah maupun pihak terkait lainnya seperti akademisi agar pengembangan yang dilajjukan dapat dimonitor dan dievaluasi dengan lebih baik lagi. Hal lain yang tidak kalah penting juga perlu merintis pengembangan organisasi lokal yang khusus mengelola potensi wisata dan membangun mitra antar desa sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- E. Yuliati, and D. Suwandono, "Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang," Ruang, vol. 2, no. 4, pp. 263-272, Oct. 2016. <https://doi.org/10.14710/ruang.2.4.263-272>
- KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN Suwarjo, P. (2020). *ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA* (Vol. 8, Issue 2).

- Marhendi, Mengku. 2005. Hand Out Manajemen Wisata. Semarang: Universitas Katholic Soegijapranata
- Pardede, D. W., Sitepu, Y. K. S., Juni, R., Sitio, T., Silalahi, M., & Simbolon, R. (2023). Partisipasi Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengembangan Desa Wisata Meat Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(4), 159–171. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i4.1469>
- Sosial, J. P., Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). *PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT*. 1(3), 155–165.
- Sugiarto, A., & Mahagangga, I. G. A. O. (2020). Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i01.p03>
- Suwarjo, W. (2021). ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA PULESARI KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN. *POPULIKA*, 8(2), 88–100. <https://doi.org/10.37631/populika.v8i2.345>
- Yusuf A.Hilman Dkk. 2018. “Kelembagaan Kebijakan Pariwisata Di Level Desa”. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, Vol.2. (2), Pp.150-163.
- Yoeti, Oka A, 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita: Jakarta

