

## STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL DESA PEARUNG UNTUK MENDUKUNG WISATA *GEOSITE* SIPINCUR KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN

Septina A. Sihombing<sup>1</sup>, Delviana R.W Sihombing<sup>2</sup>, Nurlinawati Simanjuntak<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli

email: [septinasihombing76@gmail.com](mailto:septinasihombing76@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli

email: [delvianasihombing923@gmail.com](mailto:delvianasihombing923@gmail.com)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli

email: [linajuntak451@gmail.com](mailto:linajuntak451@gmail.com)

**Abstract** - This study aims to analyze the empowerment strategies of the local community of Pearung Village in supporting the development of Sipincur Geosite tourism in Humbang Hasundutan Regency. The research method used a qualitative approach with interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted using a SWOT matrix. The results showed that training and mentoring increased the capacity of MSMEs and art studios, but were not evenly distributed to cleaning and parking staff. Community participation in tourism planning is still limited, while local institutions contribute positively but not optimally. Cultural and environmental preservation is progressing well, supported by collaboration between the government and the community. The main challenges are limited facilities, lack of ongoing training, and weak coordination. Effective strategies need to include equitable distribution of training, institutional strengthening, increased community involvement, and cross-sector collaboration. This research is expected to be a reference for the development of sustainable community-based tourism in Sipincur Geosite.

**Keywords:** *Community Empowerment Strategy.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta penguatan identitas lokal. Pendekatan berbasis masyarakat menjadi relevan karena menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengelolaan destinasi, sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menekankan pembangunan partisipatif berbasis potensi lokal.

*Geosite* Sipincur di Kabupaten Humbang Hasundutan, bagian dari *Geopark* Kaldera Toba yang diakui UNESCO sejak 2020, memiliki potensi alam, geologi, dan budaya yang tinggi. Namun, penurunan jumlah kunjungan wisatawan menyebabkan menurunnya pendapatan masyarakat. Rendahnya keterlibatan masyarakat, minimnya keterampilan kewirausahaan, dan lemahnya promosi menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji strategi pemberdayaan masyarakat lokal Desa Pearung dalam mendukung pengembangan wisata *Geosite* Sipincur guna mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu: “Bagaimana Strategi Pemberdayaan Masyarakat Lokal Desa Pearung untuk Mendukung Wisata *Geosite* Sipincur Kabupaten Humbang Hasundutan?”

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dalam *Geosite* Sipincur melalui pemberdayaan Masyarakat lokal di Desa Pearung untuk mendukung Wisata *Geosite* Sipincur Kabupaten Humbang Hasundutan.

## URAIAN TEORITIS

### Sejarah *Geosite* Spincur

Pariwisata memiliki peran penting tidak

hanya sebagai sarana rekreasi, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan. Jika dikelola dengan baik, sektor ini mampu meningkatkan devisa, menciptakan lapangan kerja, menambah pendapatan pemerintah, serta mendorong pemerataan ekonomi masyarakat (Arjana, 2020).

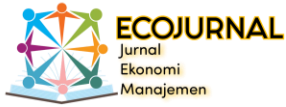
*Geosite* Sipincur di Desa Pearung, Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan, merupakan salah satu destinasi wisata potensial. Nama “Sipincur” berasal dari bahasa Batak Toba yang berarti tajam, merujuk pada kondisi tebing curam di masa lalu. Kini kawasan ini dikenal sebagai taman pelestarian alam dengan hutan pinus (Tusam) yang khas di sekitar Danau Toba (Kholibrina, 2017). Terletak di ketinggian sekitar 1.213 mdpl, *Geosite* Sipincur memiliki panorama langsung ke Danau Toba dan letaknya strategis karena dekat Bandara Internasional Silangit serta kawasan Kaldera Toba.

Sejarah pengelolaan Sipincur berawal dari pemberian lahan masyarakat Paranginan melalui Rustam Efendi, Bupati Tapanuli Utara periode 1999–2004, kepada Pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan (Rosita, 2021). Selain keindahan alam, daya tarik wisata ini juga terletak pada suasana pedesaan yang asri, kuliner khas Batak Toba, serta interaksi sosial budaya masyarakat setempat. Unsur-unsur tersebut membentuk daya tarik utama yang memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan (Pramudito, 2019).

### Defenisi Strategi

Strategi berasal dari istilah Yunani *strategos* yang berarti seni memimpin pasukan. Dalam konteks manajemen, strategi dipahami sebagai rencana terpadu yang menghubungkan kekuatan internal dengan peluang dan tantangan eksternal untuk mencapai tujuan organisasi (Glueck & Jauch dalam Sedarmayanti, 2014). Strategi tidak hanya berorientasi pada perencanaan, tetapi juga pada tindakan sistematis yang terukur, terintegrasi, dan berjangka panjang.

Dengan demikian, strategi dapat diartikan sebagai serangkaian keputusan dan langkah adaptif yang dirancang untuk menciptakan keunggulan bersaing serta menjamin keberhasilan organisasi secara berkelanjutan. Penyusunan strategi menuntut analisis mendalam terhadap lingkungan, sumber daya yang tersedia, serta fleksibilitas dalam



merespons perubahan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara efektif.

### Dimensi Strategi

Dimensi strategi merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam perencanaan dan implementasi. Menurut David (2021), terdapat lima dimensi utama. Pertama, dimensi waktu dan orientasi masa depan, yang menekankan pentingnya visi serta misi organisasi untuk jangka panjang. Kedua, dimensi internal dan eksternal, yang melibatkan analisis SWOT guna memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi. Ketiga, dimensi pendayagunaan, yaitu pemanfaatan optimal sumber daya manusia, finansial, material, teknologi, dan informasi. Keempat, dimensi keikutsertaan manajemen puncak, yang menegaskan peran penting pimpinan dalam merumuskan dan melaksanakan strategi. Kelima, dimensi multi bidang, yang menempatkan organisasi sebagai sebuah sistem utuh sehingga strategi dapat dijalankan secara menyeluruh dan terintegrasi.

### Jenis-jenis Strategi

Jenis strategi dalam manajemen strategik dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan organisasi (David, 2021). Pertama, strategi integrasi, baik ke depan, ke belakang, maupun horizontal, untuk memperkuat posisi dalam rantai nilai. Kedua, strategi intensif, yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Ketiga, strategi diversifikasi, yaitu memperluas ke bidang baru yang terkait maupun tidak terkait dengan usaha utama. Keempat, strategi bertahan, berupa rasionalisasi, divestasi, atau likuidasi untuk menjaga stabilitas organisasi. Kelima, strategi kompetitif, melalui kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus agar tercipta keunggulan bersaing. Keenam, strategi kolaborasi, yang dilakukan melalui aliansi strategis atau joint venture untuk mencapai tujuan bersama.

### Pengertian Pemberdayaan

Secara etimologis, pemberdayaan berasal dari kata daya yang berarti kekuatan atau

kemampuan. Pemberdayaan dapat dipahami sebagai proses untuk memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesempatan kepada pihak yang belum berdaya agar mampu meningkatkan kualitas hidupnya. Menurut Mardikanto (2017), pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mendukung kelompok rentan agar mampu meningkatkan kesejahteraannya melalui penguatan kapasitas, akses, dan partisipasi. Dengan demikian, pemberdayaan tidak sekadar memberikan bantuan, melainkan juga proses memampukan masyarakat agar mandiri, kritis, serta mampu berperan aktif dalam pembangunan.

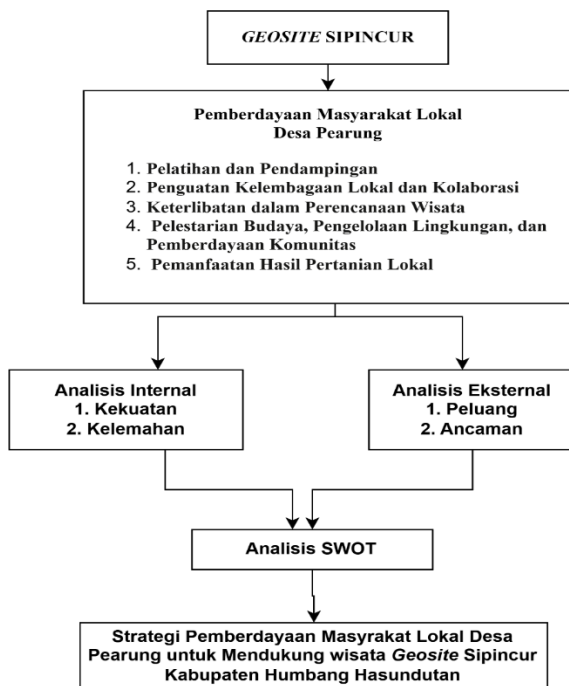
### Pemberdayaan Masyarakat Lokal Desa Pearung

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks pariwisata merupakan strategi pengembangan berbasis komunitas (*community-based tourism*) yang menekankan pada partisipasi aktif warga dalam perencanaan, pengelolaan, hingga pelestarian destinasi (Yoeti, 2018; Suharto, 2020). Desa Pearung memiliki potensi alam, pertanian, dan budaya yang dapat mendukung pengembangan *Geosite* Sipincur. Namun, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap potensi tersebut masih menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan diarahkan pada pelatihan dan pendampingan keterampilan wisata, penguatan kelembagaan lokal seperti Pokdarwis dan Sanggar Seni, keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelestarian budaya dan lingkungan, serta pemanfaatan hasil pertanian lokal seperti Kopi Arabika Lintong sebagai daya tarik agrowisata. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat identitas budaya, serta mendukung keberlanjutan pariwisata di *Geosite* Sipincur.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk memberikan petunjuk tentang arah peneliti secara keseluruhan, Sugiyono (2015:88) mengemukakan bahwa kerangka pemikiran merupakan model pemikiran tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka pemikiran

dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

## METODOLOGI PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi *Geosite* Sipincur, Desa Pearung, Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian akan dilaksanakan mulai bulan April sampai Juni 2025.

## Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan yang memiliki pemahaman mendalam mengenai lokasi penelitian sehingga dapat memberikan informasi yang relevan terkait latar penelitian (Moleong, 2010). Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria penelitian (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian kualitatif, subjek sering disebut sebagai informan, yaitu individu yang memberikan data sesuai kebutuhan penelitian. Subjek utama dalam penelitian ini adalah masyarakat lokal Desa Pearung yang terlibat langsung dalam pengelolaan Geosite Sipincur, karena mereka memiliki pengalaman dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam aktivitas pengelolaan wisata diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Subjek Penelitian

NO	Subjek Penelitian	Jumlah narasumber
1	Petugas kebersihan	5 orang
2	Pengusaha UMKM	20 orang
3	Fotografer	14 orang
4	Petugas parkir	4 orang
5	Sanggar seni Pearung	3 orang
	TOTAL	46 Orang

## Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018), berdasarkan sumbernya data dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui interaksi peneliti dengan informan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan masyarakat sekitar Geosite Sipincur, khususnya warga Desa Pearung, untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai pengembangan wisata berbasis pemberdayaan masyarakat lokal.



## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen, literatur, maupun publikasi terdahulu. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal, artikel, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pariwisata.



### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

#### 1. Wawancara

Wawancara digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari informan mengenai topik penelitian. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu (Sugiyono, 2018).

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung kondisi lapangan, aktivitas masyarakat, serta proses pengelolaan Geosite Sipincur. Menurut Nasution (2011), observasi merupakan metode yang memungkinkan peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai objek penelitian.

### Metode Analisa Data

#### Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengorganisasi dan menginterpretasi data hasil wawancara dan observasi. Menurut Sugiyono (2007), analisis ini melibatkan proses pengumpulan, pengelompokan, dan penafsiran data hingga diperoleh kesimpulan yang mudah dipahami serta dapat menggambarkan fenomena penelitian secara menyeluruh.

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal pengelolaan Geosite Sipincur. Aspek yang dianalisis meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Melalui pendekatan ini, dapat dirumuskan strategi pemberdayaan masyarakat yang tepat dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis komunitas di Desa Pearung.

### Indikator Penelitian

Tabel 3.1  
Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Strategi Pemberdayaan Masyarakat Lokal untuk Mendukung Wisata	Upaya terencana dan berkelanjutan yang dilakukan untuk meningkatkan	a. Partisipasi masyarakat dalam pelatihan dan pendampingan wisata. b. Keterlibatan masyarakat

	an kapasitas, partisipasi, serta kemandirian masyarakat lokal dalam mengelola, mengembangkan dan menjaga keberlanjutan destinasi wisata di wilayahnya.	dalam perencanaan wisata c. Peran kelembagaan lokal (Kelompok sadar wisata, BUMDes, Sanggar seni, dll) d. Pemberdayaan ekonomi lokal melalui UMKM dan produksi lokal. e. Pelestarian budaya dan pengelolaan lingkungan berbasis komunitas f. Kolaborasi dengan pihak eksternal (pemerintah, komunitas, wisatawan, dll)
--	--	--

### ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	26	56%
2	Perempuan	20	44%
	<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas, diketahui bahwa responden laki-laki mendominasi partisipasi dalam pengelolaan wisata *Geosite* Sipincur dengan jumlah 26 orang (56%). Sementara itu, responden perempuan berjumlah 20 orang (44%). Perbedaan ini menunjukkan bahwa keterlibatan

laki-laki sedikit lebih besar, meskipun secara keseluruhan peran perempuan dalam menedukung kegiatan wisata juga cukup signifikan.

#### Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

NO	Rentang Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	20-25 Tahun	10	22%
2	26-35 Tahun	16	35%
3	36-45 Tahun	12	26%
4	>46 tahun	8	17%
	<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>

Dari tabel di atas, terlihat bahwa kelompok usia 26–35 tahun merupakan yang terbanyak, yaitu 16 orang (35%). Kelompok usia ini banyak didominasi oleh pelaku UMKM, fotografer, dan petugas kebersihan. Selanjutnya, usia 36–45 tahun sebanyak 12 orang (26%), usia 20–25 tahun sebanyak 10 orang (22%), dan sisanya 8 orang (17%) berada pada kelompok usia di atas 45 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan wisata Geosite Sipincur melibatkan beragam kelompok usia dewasa, baik dalam kegiatan ekonomi, layanan pengunjung, maupun pelestarian seni dan budaya melalui Sanggar Seni Pearung

#### Hasil Wawancara Berdasarkan Indikator

##### Indikator 1: Partisipasi masyarakat dalam pelatihan dan pendampingan wisata

Dari 46 informan, pelatihan lebih banyak diikuti oleh pelaku UMKM (20 orang) dan anggota sanggar seni (3 orang), sedangkan fotografer (14 orang) dan petugas kebersihan (5 orang) belum memperoleh pelatihan formal. Petugas parkir (3 orang) mendapat pelatihan terbatas terkait penyambutan wisatawan. Kesimpulannya, pelatihan di Geosite Sipincur belum merata dan perlu strategi pemerataan agar semua pihak meningkatkan kapasitas dan kualitas layanan.



Gambar 4.1 Pelatihan UKM di Geosite Sipincur

##### Indikator 2: Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan wisata

UMKM (20 orang) dan sanggar seni (3 orang) terlibat aktif dalam perencanaan wisata, sementara fotografer, petugas parkir, dan petugas kebersihan masih minim keterlibatan. Perlu peningkatan partisipasi agar keputusan wisata lebih inklusif.

### **Indikator 3: Peran kelembagaan lokal dalam pengelolaan wisata**

Kelembagaan lokal seperti Pokdarwis, BUMDes, dan Sanggar Seni berperan dalam promosi, pendampingan UMKM, dan penyelenggaraan kegiatan seni. Namun, peran mereka dalam operasional harian terbatas, sehingga dibutuhkan koordinasi dan pemberdayaan lebih merata.

### **Indikator 4: Pemberdayaan ekonomi lokal melalui UMKM dan produksi lokal**

Pelatihan dan dukungan dari pengelola wisata atau pihak eksternal telah dirasakan oleh sebagian pelaku UMKM, sanggar seni, dan petugas parkir, namun petugas kebersihan belum tersentuh. Kesimpulannya, pemberdayaan ekonomi lokal berjalan tetapi perlu pemerataan dan keberlanjutan program agar seluruh elemen masyarakat dapat mendukung pengembangan Geosite Sipincur.

### **Indikator 5: Pelestarian budaya dan pengelolaan lingkungan berbasis komunitas**

Anggota Sanggar Seni Pearung (15 orang) dan petugas kebersihan (5 orang) berperan aktif dalam pelestarian budaya dan pengelolaan lingkungan, sementara fotografer dan petugas parkir perannya masih terbatas. Keterlibatan seluruh pihak perlu ditingkatkan agar pelestarian benar-benar berbasis komunitas.

### **Indikator 6: Kolaborasi eksternal**

Kolaborasi antara UMKM, sanggar seni, dan pemerintah berjalan cukup baik, terutama dalam pelatihan dan promosi. Namun, fotografer, petugas parkir, dan petugas kebersihan masih perlu lebih banyak dilibatkan agar kontribusi seluruh pihak optimal dalam pengelolaan wisata.

## **Analisis SWOT**

### **Lingkungan**

#### **Internal**

**Kekuatan:** Masyarakat aktif mengikuti pelatihan, ada kelembagaan pendukung seperti Sanggar Seni dan Pokdarwis, UMKM mulai berinovasi, sanggar seni rutin tampil dalam event wisata, dan masyarakat terlibat menjaga kebersihan.

**Kelemahan:** Pelatihan belum merata dan tidak berkelanjutan, kelembagaan belum profesional, promosi digital UMKM kurang optimal, fotografer belajar mandiri, dan tidak semua masyarakat aktif dalam perencanaan wisata.

**Lingkungan Eksternal**

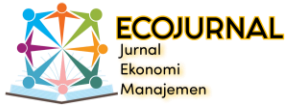
**Peluang:** Dukungan dinas pariwisata dan pemerintah, minat wisatawan terhadap budaya lokal, peluang kemitraan dengan pihak luar, pengembangan produk lokal sebagai oleh-oleh, dan program pembinaan UMKM serta komunitas wisata.

**Ancaman:** Pelatihan tidak menjangkau semua pihak, standar layanan belum merata, manajemen pengunjung belum sistematis, koordinasi antar pelaku wisata lemah, dan ketergantungan pada pelatihan dinas tanpa keberlanjutan program.

Tabel 4.3  
Analisis SWOT

<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
1. Masyarakat aktif mengikuti pelatihan, seperti UMKM yang dilatih mengolah menu tradisional dan sanggar seni yang mendapat pelatihan pertunjukan budaya.	1. Pelatihan hanya menjangkau sebagian pelaku wisata; fotografer, petugas parkir, dan kebersihan belum mendapat pelatihan resmi.
2. Ada kelembagaan seperti Sanggar Seni Pearung dan kelompok sadar wisata yang mendukung kegiatan pariwisata.	2. Pelatihan dan pendampingan hanya berlangsung satu kali, belum berkelanjutan.
3. UMKM mulai berinovasi, misalnya menambah makanan khas lokal setelah pelatihan.	3. Belum semua kelembagaan dikelola profesional; ada yang belum rutin berkoordinasi atau mendokumentasikan kegiatan.
4. Sanggar seni rutin tampil saat event wisata, memberi pengalaman budaya bagi pengunjung.	4. UMKM belum maksimal dalam promosi digital; fotografer belajar promosi sendiri melalui komunitas.
5. Masyarakat terlibat dalam menjaga kebersihan dan penataan, meski hanya berdasarkan arahan dan pengalaman.	5. Tidak semua masyarakat aktif berkontribusi dalam perencanaan kegiatan wisata.

<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
1. Dinas pariwisata telah menyelenggarakan pelatihan (UMKM dan seni), membuka potensi pengembangan kapasitas lebih lanjut.	1. Ketidak terjangkauannya pelatihan kepada petugas parkir dan kebersihan berpotensi menurunkan kualitas pelayanan.
2. Wisatawan menunjukkan minat tinggi terhadap budaya lokal; pertunjukan tior dan gondang menjadi daya tarik yang dapat dikembangkan.	2. Fotografer dan beberapa UMKM belum memiliki standar layanan, berisiko terhadap kepuasan wisatawan.
3. Pelaku UMKM dan komunitas seni memiliki peluang menjalin kemitraan dengan pihak luar, seperti pelaku industri kreatif dan event organizer.	3. Belum adanya sistem pengelolaan pengunjung saat ramai dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan sampah menumpuk.
4. Produk lokal seperti makanan khas, minuman herbal, dan kerajinan dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh khas Geosite Sipincur.	4. Koordinasi antar pelaku wisata masih lemah dan belum terstruktur, sehingga potensi kolaborasi tidak maksimal.
5. Pemerintah membuka peluang bantuan program pembinaan UMKM dan komunitas wisata melalui dana desa.	5. Ketergantungan terhadap pelatihan dari dinas tanpa program lanjutan dapat menghambat keberlanjutan pengembangan masyarakat.



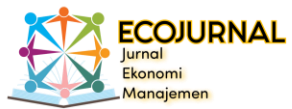
### **Matriks SWOT**

Matriks SWOT merupakan lat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Matiks SWOT

	meski hanya berdasarkan arahan dan pengalaman.	
<p><b>Opportunities (Peluang):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dinas pariwisata telah menyelenggarakan pelatihan (UMKM dan seni), membuka potensi pengembangan kapasitas lebih lanjut.</li> <li>2. Wisatawan menunjukkan minat tinggi terhadap budaya lokal; pertunjukan tior dan gondang menjadi daya tarik yang dapat dikembangkan.</li> <li>3. Pelaku UMKM dan komunitas seni memiliki peluang menjalin kemitraan dengan pihak luar, seperti pelaku industri kreatif dan event organizer.</li> <li>4. Produk lokal seperti makanan khas, minuman herbal, dan kerajinan dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh khas Geosite Sipincur.</li> <li>5. Pemerintah membuka peluang bantuan program pembinaan UMKM dan komunitas wisata melalui dana desa.</li> </ol>	<p><b>Strategi SO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan peran sanggar seni dan UMKM yang aktif dengan memanfaatkan pelatihan dinas untuk meningkatkan kapasitas dan inovasi.</li> <li>2. Memanfaatkan minat wisatawan terhadap budaya lokal dengan rutin menampilkan pertunjukan seni oleh sanggar seni.</li> <li>3. Mengembangkan produk lokal menjadi oleh-oleh khas dengan dukungan pelatihan dan kelembagaan yang sudah ada.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusulkan pelatihan berkelanjutan dan menyeluruh kepada dinas untuk menjangkau semua pelaku wisata</li> <li>2. Mengarahkan pembinaan terhadap UKM agar memiliki standart pelayanan melalui kemitraan dengan pihak luar (event organizer, pelaku industri kreatif)</li> <li>3. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengambilan keputusan wisata melalui forum desa.</li> </ol>

	<u><b>Strength (kekuatan):</b></u>	<u><b>Weaknesses (Kelemahan):</b></u>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat aktif mengikuti pelatihan, seperti UMKM yang dilatih mengolah menu tradisional dan sanggar seni yang mendapat pelatihan pertunjukan budaya.</li> <li>2. Ada kelembagaan seperti Sanggar Seni Pearung dan kelompok sadar wisata yang mendukung kegiatan pariwisata.</li> <li>3. UMKM mulai berinovasi, misalnya menambah makanan khas lokal setelah pelatihan.</li> <li>4. Sanggar seni rutin tampil saat event wisata, memberi pengalaman budaya bagi pengunjung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan hanya menjangkau sebagian pelaku wisata; fotografer, petugas parkir, dan kebersihan belum mendapat pelatihan resmi.</li> <li>2. Pelatihan dan pendampingan hanya berlangsung satu kali, belum berkelanjutan.</li> <li>3. Belum semua kelembagaan dikelola profesional; ada yang belum rutin berkoordinasi atau mendokumentasikan kegiatan.</li> <li>4. UMKM belum maksimal dalam promosi digital; fotografer belajar promosi sendiri melalui komunitas.</li> <li>5. Tidak semua masyarakat aktif berkontribusi dalam pengambilan keputusan atau kegiatan wisata</li> </ol>
<b>Eksternal</b>		



	g. 5. Masyarakat terlibat dalam menjaga kebersihan dan penataan,	
--	---	--

<b>Threats (Ancaman):</b>	<b>Strategi ST:</b>	<b>Strategi WT:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketidak terjangkauannya pelatihan kepada petugas parkir dan kebersihan berpotensi menurunkan kualitas pelayanan.</li> <li>2. Fotografer dan beberapa UMKM belum memiliki standar layanan, berisiko terhadap kepuasan wisatawan.</li> <li>3. Belum adanya sistem pengelolaan pengunjung saat ramai dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan sampah menumpuk.</li> <li>4. Koordinasi antar pelaku wisata masih lemah dan belum terstruktur, sehingga potensi kolaborasi tidak maksimal.</li> <li>5. Ketergantungan terhadap pelatihan dari dinas tanpa program lanjutan dapat menghambat keberlanjutan pengembangan masyarakat.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan keterlibatan kelembagaan lokal dalam penyusunan sistem pengelolaan pengunjung agar keramaian dapat ditangani dengan baik</li> <li>2. Memberikan pelatihan lanjutan secara mandiri melalui komunitas untuk menjaga kualitas layanan dan menghindari ketergantungan pada dinas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun pelatihan mandiri berbasis komunitas agar tidak tergantung pada program dari dinas.</li> <li>2. Mendorong pembentukan struktur koordinasi antar pelaku wisata agar kolaborasi lebih maksimal.</li> <li>3. Mengembangkan SOP pelayanan dan kebersihan untuk seluruh pelaku wisata agar standar pelayanan terjaga.</li> </ol>

dukungan pelatihan dan minat wisatawan terhadap budaya lokal. Strategi ini mencakup penguatan sanggar seni dan UMKM melalui pelatihan lanjutan, rutin menggelar pertunjukan seni tradisional, mengembangkan produk lokal sebagai oleh-oleh, meningkatkan kerja sama dengan pihak eksternal, dan memanfaatkan bantuan program desa.

Berdasarkan Matriks SWOT, strategi pemberdayaan masyarakat lokal ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal:

**Strategi SO (*Strengths-Opportunities*):**

Memanfaatkan kekuatan masyarakat dan kelembagaan lokal serta peluang eksternal seperti

### **Strategi ST (Strengths-Threats):**

Menghadapi ancaman dengan kekuatan internal, seperti rendahnya kualitas layanan dan ketergantungan pada pelatihan. Strategi ini meliputi pengelolaan pengunjung berbasis komunitas, pelatihan mandiri untuk menjaga standar pelayanan, peran aktif kelembagaan lokal dalam SOP wisata, serta pelatihan lintas sektor bagi sanggar seni dan UMKM.

### **Strategi WO (Weaknesses-Opportunities):**

Memperbaiki kelemahan melalui peluang eksternal, misalnya keterbatasan pelatihan dan partisipasi masyarakat. Strategi ini mencakup pelatihan lanjutan, pembentukan forum masyarakat wisata, peningkatan standar layanan UMKM dan fotografer, pemanfaatan kemitraan industri kreatif, serta pembentukan kelembagaan profesional.

### **Strategi WT (Weaknesses-Threats):**

Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman melalui sistem pelatihan mandiri, tim koordinasi antar pelaku wisata, penyusunan SOP layanan dan promosi, pendekatan partisipatif, serta pengembangan kapasitas internal agar mandiri.

### **Hasil Wawancara Penelitian**

Hasil wawancara dengan 46 informan, meliputi petugas kebersihan (5), pelaku UMKM (20), fotografer (14), petugas parkir (4), dan anggota sanggar seni (3), menunjukkan beberapa temuan utama:

**Pelatihan dan Pendampingan:** Sebagian besar pelaku UMKM dan fotografer pernah mendapatkan pelatihan dari dinas terkait untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Sanggar seni aktif dalam pertunjukan budaya, namun keterbatasan fasilitas masih menjadi kendala. Petugas kebersihan belum memperoleh pelatihan formal, hanya menerima arahan langsung. Hal ini menandakan adanya ketimpangan akses terhadap pelatihan antar kelompok.

**Keterlibatan dalam Perencanaan:** Masyarakat secara umum jarang dilibatkan dalam pengambilan keputusan strategis. Forum diskusi terbatas hanya melibatkan tokoh masyarakat dan sanggar seni,

sehingga aspirasi sebagian besar pelaku wisata belum terakomodasi.

**Peran Kelembagaan Lokal:** Kelompok sadar wisata (Pokdarwis), BUMDes, dan sanggar seni berperan sebagai wadah pengembangan potensi budaya dan ekonomi. Peran mereka lebih dominan di kegiatan budaya dan ekonomi, sedangkan operasional harian wisata masih terbatas.

**Pemberdayaan Ekonomi Lokal:** UMKM merasakan manfaat ekonomi melalui penjualan makanan, minuman, dan produk lokal, termasuk kopi Lintong. Namun, beberapa UMKM menghadapi keterbatasan modal dan inovasi menu, sedangkan petugas parkir dan kebersihan

belum merasakan manfaat ekonomi secara signifikan.

**Pelestarian Budaya dan Lingkungan:** Upaya pelestarian budaya dan lingkungan dilakukan melalui partisipasi UMKM, sanggar seni, dan petugas kebersihan. Fotografer dan petugas parkir kurang terlibat, sehingga pelibatan semua pihak perlu ditingkatkan.

**Kolaborasi Eksternal:** Hubungan antara pelaku UMKM, sanggar seni, dan pemerintah berjalan cukup baik dalam bentuk pelatihan dan kegiatan wisata. Namun, petugas parkir dan kebersihan belum sepenuhnya terlibat dalam jaringan kolaborasi eksternal.

## 1. KESIMPILAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Strategi pemberdayaan masyarakat lokal di *Geosite* Sipincur telah berjalan, namun masih perlu pendekatan yang menyeluruh dan inklusif. Pelatihan dan pendampingan telah diberikan kepada UMKM, sanggar seni, dan petugas parkir, tetapi petugas kebersihan belum merata. Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan wisata masih terbatas, begitu pula peran kelembagaan lokal dalam operasional harian. Pemberdayaan ekonomi memberi manfaat bagi UMKM dan sanggar seni, namun belum merata ke petugas kebersihan dan parkir. Pelestarian budaya dan lingkungan berjalan baik, meski partisipasi fotografer dan petugas parkir masih kurang. Kolaborasi eksternal sudah terbentuk, namun perlu diperkuat untuk mendukung pengelolaan wisata secara terpadu.

### Saran

Pemerintah desa dan dinas terkait hendaknya meratakan pelatihan dan pendampingan bagi seluruh pelaku wisata. Kebijakan inklusif perlu disusun agar semua sektor terlibat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Kelembagaan lokal perlu diperkuat untuk mendukung pengelolaan operasional. Pemberdayaan ekonomi harus diperluas agar manfaat dirasakan merata. Partisipasi seluruh pihak dalam pelestarian budaya dan lingkungan harus ditingkatkan, dan kolaborasi eksternal perlu diperkuat untuk pengelolaan wisata yang berkelanjutan.

## REFERENSI

- [1]. Anjani, R., Sihombing, R., & Nasution, M. 2023. **Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Danau Toba: Tantangan dan Peluang.** *Jurnal Pariwisata Indonesia*.
- [2]. Azis, M., Malik, D., & Hasiholan, L. (2019). **Swot Analysis in the Implementation of Marketing Strategies for Ace Hardware Companies.** *Journal of Management*, 5 (5). Retrieved from [www.asq.org/pub/jqp](http://www.asq.org/pub/jqp)
- [3]. Badan Pusat Statistik. 2022. **Statistik Pariwisata Indonesia 2022.** Jakarta: BPS.
- [4]. Bracker, J. S. 1980. **The strategy concept: Five P schools of thought.** Dalam A. Heene (Ed.), *Strategic management: A new perspective*.
- [5]. Dowling, R., & Newsome, D. 2006. **Geotourism: Sustainability, Impact and Management.** Oxford: Elsevier.
- [6]. Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (dalam Sedarmayanti, 2014). **Manajemen sumber daya manusia.** Bandung: Refika Aditama.
- [7]. Heene, A. 2017. **Strategic management: A new perspective.**
- [8]. Hogan, R. (n.d.). **Pemberdayaan dan kesejahteraan sosial: Meningkatkan taraf hidup masyarakat.**
- [9]. Khan, S., Gani, A., Abdul Wahab, A. W., Iqbal, S., Abdel aziz, A., Mahdi, O. A., ... Chang, V. (2016). **Towards an Applicability of Current Network Forensics for Cloud Networks: A SWOT Analysis.** *IEEE Computer Society*.
- [10]. Kotler, P. (2019). **Manajemen Pemasaran. Edisi Keempat Belas.** Jakarta: Erlangga.
- [11]. Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). **Principles of Marketing.**
- [12]. Mardikanto, T. (2012). **Pemberdayaan masyarakat: Konsep dan implementasi dalam pembangunan.** Yogyakarta: Penerbit Cipta.
- [13]. Mardikanto, T. 2017. **Pemberdayaan**



**masyarakat:** Konsep dan praktik.

- [14]. Moleong, L. J .2010. **Metodologi penelitian kualitatif.**
- [15]. Murdani, M. 2014. **Analisis SWOT: Strategi pemecahan masalah**
- [16]. Nasution, S. (2011). **Metode Penelitian (hal. 122).** Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.



- [17]. Novita, D. (2018). **Strategi Pengembangan Program Studi Dalam Meningkatkan Perolehan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta**. Jurnal Manajemen Kinerja
- [18]. Rangkuti, Freddy. (2018). **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- [19]. Rosita. (2021). **Geosite Sipincur: Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Perbatasan Kabupaten Humbang Hasundutan dan Tapanuli Utara**. Jurnal Pariwisata, 5(2), 123-135.
- [20]. Sedarmayanti. 2014. **Manajemen sumber daya manusia**. Bandung: Refika Aditama.
- [21]. Siburian, E., Siregar, A., & Harahap, M. 2021. **Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Danau Toba**. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora.
- [22]. Sidiq, A. 2020. **Geosite, Geotope, dan Geological Monument dalam Konteks Geopark**. Jurnal Geologi dan Sumber Daya Mineral.
- [23]. Suharto, E. (2020). **Pembangunan, pemberdayaan, dan masyarakat madani: Paradigma pembangunan kesejahteraan sosial dalam perspektif historis dan global**. Bandung: Refika Aditama.
- [24]. Sumadyo, S. (2010). **Tri bina dalam pemberdayaan masyarakat: Bina manusia, bina usaha, dan bina lingkungan**. Semarang: Unnes Press.
- [25]. Sumarmi. (2017). **Pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan berbasis potensi lokal**. Malang: Universitas Negeri Malang Press.
- [26]. UNESCO. 2020. **Geopark Kaldera Toba: UNESCO Global Geopark**. Diakses dari <https://whc.unesco.org/en/list/1234>.